

个案研究：AMCORE 银行

在AMCORE致力于扩展分支网络时，他们找到MapInfo寻求改进选址方法。



“关于我们要去哪里，每个人都有自己的想法。我们寻找地址只是在浪费时间，并不增加我们企业的价值。我们需要科学严谨的选址方法。”

Eleanor Doar, AMCORE 银行高级副总裁兼营销主管

挑战

AMCORE 银行希望 MapInfo 提供能够改进其选址方法的先进分析工具和咨询服务。

解决方案

MapInfo 将准确和可控制的信息交给关键决策人员掌握，简化并改进 AMCORE 银行确定新零售地址的方法。

概要

为客户提供银行服务与投资的便利，推动 AMCORE 公司取得了成功。他们出售由了解本地市场的人员提供的先进银行产品。公司有四项业务，包括商业与零售银行、按揭服务和投资管理。AMCORE 银行在伊利诺伊和威斯康星州有 70 多家分支机构，雇员人数超过 1,600 人，资产约 54 亿美元。

银行管理者看好特殊的拓展战略，通过首先开设为中端市场企业提供银行服务机构（LBO）进入新的市场。如果 LBO 取得成功，接下来公司将设立提供全面服务的分行，以扩大在银行市场的存在。

但是，好的商业 LBO 地址不一定是好的零售地址。企业银行家通常在他们的办公室会见客户，中端市场企业客户受分行地点的影响一般较小。相比之下——对于希望吸引消费者和小企业客户的银行而言——它们的位置必须为关键的细分市场提供便利。

AMCORE 银行管理层已经停止了在其成长地增设分支机构的计划。AMCORE 高级副总裁兼营销主管 Eleanor Doar 回忆说“关于我们要去哪

里，每个人都有自己的想法。开发商和零售商不停地给我们打电话，发电子邮件。我们寻找地址只是在浪费时间，并不增加我们企业的价值。我们需要科学严谨的选址方法。”

AMCORE 找到 MapInfo 寻求解决方案。Doar 说：“MapInfo 能够提供的不仅仅是我们正在寻找的成功选址方法。他们介绍贸易区域，基于自己的数据和市场密度可能的成功因素。这些对我们有重要意义。”

“他们利用我们的数据和实际市场情报建立模型，比我们过去一直使用的更先进。我们取得了更好的效果。”

AMCORE 使用 MapInfo WinSITE™ 进行以下工作：

- 确定零售中心的最佳地点
- 通过具体预测拟设立的分支机构——包括各个地点的预计成熟期、预测现金流和净值，对确定的零售地点进行商业案例研究
- 根据地图、人口统计数据 and 竞争概况确定新地点和现有地点的贸易区域
- 绘制自动柜员机位置图
- 绘制中端市场企业地图

MAPINFO

优势



AMCORE银行选中MapInfo，是因为其高素质的人员及灵活性和经验。Doar说：

“MapInfo的分析更有说服力，我们感到跟我们一起工作的人员素质很高。他们曾考查过有多家其他机构的街区，因此在我们面临考验时，他们能够提供很好的建议和经验。”

“MapInfo了解我们在现有市场取得成功的原因，他们模拟这些信息后说‘这就是你们能够取得良好经营业绩的人口统计特征和竞争环境。咱们去找吧。’然后他们找到了——就在十字路口那边。”

公司总部

One Global View

Troy, NY 12180-8399

1.800.327.8627

www.mapinfo.com



“MapInfo使我们的选址方法更加科学，从而极大地简化了这个过程。”

Eleanor Doar, AMCORE 银行高级副总裁兼营销主管

收效

Doar 说 MapInfo 给 AMCORE 银行的选址方法带来深远的影响。他说：“首先，它根据机会指出我们应当优先在哪里设立分行。MapInfo 帮助我们分析重点市场上每个备选地点。如果数字不理想，就不予考虑。”

但是 Doar 认为最大的影响是增加了公司从一开始就在寻求的科学性。“我们此前有凑效的战略，取得了董事会的支持。但是我们想发展得更快。WinSITE™使我们的选址方法更加科学，从而极大地简化了这个过程。”

“我们的人员支持分析结论，因为他们了解它的严谨性。”

选址过程的简化使 AMCORE 银行得以更快地执行拓展计划。“现在我们跟房产经纪人或者开发商交谈时，我们完全知道他们的期望，这为我们双方节省了宝贵的时间。在我们确定最符合我们的战略的不动产方案后，我们利用 WinSITE™进行更具体地分析，在两到三天内得出结论。”

Doar认为MapInfo WinSITE模型的适应能力是双方关系的关系。“如果我们改变分行的计划——比方说‘我们想做成临街的而不是独立的店铺’或者‘我们想增加一些行车道’——他们能够灵活地应对。如果我们参观市场后回来，告诉他们分行附近正在建大型的生活创意中心，他们能把这个具体情报放到模型当中，有时这对数字有巨大的影响。”

Doar指出，由于显而易见的原因，附近著名的零售商店可以增加店址的吸引力。

Doar说：“从零售银行的角度讲，我们想要人气。我们希望到消费者和小企业所在的地方。便利意味着利用人们已经去过的地方；如果我们靠近这些地方，我们会把人们吸引到我们的银行。”