

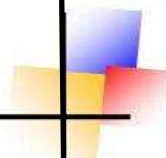


GeoAnalyzer – lo strumento ideale per il GeoMarketing

Soluzioni del futuro



GeoAnalyzer
Professional



Sistema informativo di marketing



Cosa si intende per Geomarketing?

Il termine si riferisce all'utilizzo della geografia per rendere più efficace ed efficienti le decisioni e le attività relative alla comunicazione, alla vendita, alla distribuzione ed al servizio clienti; l'utilizzo del sistema consente alle imprese di valorizzare la dimensione spaziale di numerosi dati, continuamente prodotti da varie fonti informative, interne e esterne.

La metodologia innovativa utilizzata dal sistema e basata sull'analisi territoriale, consente di conoscere a fondo i mercati locali di riferimento e di visualizzare direttamente su mappe i fenomeni di mercato. GeoAnalyzer consente di definire delle micro-aree territoriali che distinguono l'intero mercato per livelli quali-quantitativi di domanda e potenziali di assorbimento di prodotti e servizi.

In particolare l'utente trova risposte a domande del tipo:

- ✓ com'è distribuito geograficamente il potenziale del mio mercato?
- ✓ dov'è maggiormente concentrato il potenziale del mio mercato?
- ✓ in quali zone sono concentrate le mie vendite?
- ✓ la mia quota di mercato è differenziata tra le diverse zone?
- ✓ quali sono le priorità di sviluppo geografico delle mie attività?
- ✓ come opera la mia forza di vendita?
- ✓ quale parte delle zone assegnate è effettivamente sfruttata dalla forza vendita?
- ✓ esiste una correlazione fra localizzazione della forza vendita e quote di mercato ottenute?
- ✓ quanti agenti/venditori dovrei avere in ogni zona, a seconda del potenziale di mercato?
- ✓ esiste una conflittualità intensa tra i miei distributori/filiali?
- ✓ qual è il bacino di mercato del mio punto vendita/filiale?



- ✓ quanti consumatori potenziali abitano all'interno del bacino di mercato del mio punto
- ✓ vendita/filiale?
- ✓ qual è il profilo socio-demografico dei miei consumatori potenziali?
- ✓ il tempo impiegato per raggiungere il mio punto vendite è omogeneo all'interno del mio
- ✓ bacino di mercato?
- ✓ la diffusione delle mie carte fedeltà è influenzata dalla distanza del consumatore del mio
- ✓ punto vendita?
- ✓ dove sono localizzate le migliori opportunità di vendita?
- ✓ la redemption alle mie campagne di direct marketing è differenziata geograficamente?
- ✓ la propensione all'acquisto nei punti di vendita della distribuzione moderna è differenziata
- ✓ geograficamente?..... ecc.

Il **business intelligence** che è parte integrante del programma, permette inoltre di raccogliere, classificare, analizzare, valutare e distribuire informazioni pertinenti, tempestive e accurate, destinate agli operatori di decisioni di mercato.

- ✓ Facilità d'uso
- ✓ Velocità
- ✓ integrazione con i prodotti Microsoft Office (Excel, Word, Access) ed Internet
- ✓ pubblicazione automatica dei risultati su Internet
- ✓ l'essere progettato per lavorare e interscambiare dati con i database principali
- ✓ la disponibilità di un'unica mappa interattiva, dettagliata e su cui è possibile definire aree precise e totalmente personalizzabili dall'utente

Questi sono solo alcuni dei vantaggi che conferiscono al programma il valore aggiunto, motivo di scelta da parte dell'utente.

Punti di forza

Rapido: la sua velocità di elaborazione permette di gestire costantemente ed in tempo reale il business aziendale, riducendo al minimo il rischio d'impresa.

Semplice da usare: grazie ad un'interfaccia semplice e intuitiva è uno strumento di immediato apprendimento e utilizzo per l'utente abituato a lavorare con le applicazioni Office.

Integrato: utilizza la tecnologia di Microsoft MapPoint ed è quindi completamente integrato con le applicazioni di Microsoft Office; è possibile importare o collegare dati aziendali provenienti da una vasta gamma di applicazioni come Access, Excel, Outlook.

Personalizzabile: l'utente può visualizzare le mappe secondo le proprie esigenze; può evidenziare aree specifiche, modificare le carte con l'aggiunta di note, appunti o indicazioni, scegliere fra differenti stili predefiniti e tra più livelli di ingrandimento e di dettaglio.

Alcuni settori di applicazione

Settore Immobiliare: la percorribilità della rete viaria nei pressi di un punto vendita, la vicinanza o lontananza dal centro, la presenza di *competitors* agguerriti, sono solo alcuni dei fattori territoriali determinanti per il successo di un'attività commerciale. GeoAnalyzer garantisce la conoscenza e lo studio di questi fattori, indispensabile per valutare l'opportunità di acquistare un immobile da parte di un'azienda. Consente inoltre alle agenzie immobiliari di individuare la locazione ideale di un immobile in base alle precise richieste dell'utente (posizione rispetto al centro urbano, presenza di servizi e di aree verdi, concentrazione del traffico).

Settore bancario/finanziario: conoscere la penetrazione di mercato di ogni singola filiale, individuare le aree di espansione, evitare un'eccessiva competizione interna, formulare tipologie di offerta

differenziate per ogni sportello, pianificare operazioni di direct marketing per fasce di utenza specifica: sono solo alcune delle possibilità offerte da GeoAnalyzer. Per ogni area geografica selezionata è possibile stilare un profilo dei residenti (età media, tendenza al risparmio, fasce di età dei possibili risparmiatori, indirizzi) da utilizzare come target del mailing per una specifica promozione.

Settore Assicurativo: nel campo assicurativo il rischio è spesso legato a fattori geografici. La vicinanza di una raffineria o di un corso d'acqua può influire pesantemente sulla stima del valore di una polizza concessa ad un esercizio pubblico. La conoscenza del territorio consente una valutazione precisa dell'entità del rischio, consentendo all'assicurazione un'adeguata determinazione del premio. GeoAnalyzer consente inoltre alle agenzie ed ai singoli agenti di analizzare le capacità di raccolta di nuove polizze o di effettuare mailing ad individui/nuclei familiari che si differenzino per fasce di età, reddito e zone abitative.

Settore Pubblicitario: con GeoAnalyzer è possibile orientare e razionalizzare l'attività dei promotori, pianificare le affissioni cartellonistiche quantificando il volume di traffico di un sito, scegliere il mezzo più adatto per l'efficacia di una campagna promozionale.

Settore Distributivo: E' forse il settore che trae maggior beneficio dall'utilizzo di GeoAnalyzer. Avendo a disposizione informazioni precise sulla viabilità, i dati socioeconomici del territorio, e un database sui clienti abituali o potenziali, è possibile analizzare la potenzialità di una zona interessata ad un punto vendita. Nello stesso tempo potrete confrontare i vostri obiettivi di espansione sul territorio, con l'analisi della presenza e pericolosità della concorrenza.

Settore delle Telecomunicazioni: Nell'area del "Customer Care" la conoscenza del territorio è un fattore essenziale per fornire una risposta tempestiva alle richieste dell'utente. Alcuni esempi: nel campo della telefonia fissa, i lavori di manutenzione e di ampliamento della rete possono causare disservizi agli utenti di un'area delimitata. Tramite l'analisi del territorio, GeoAnalyzer consente di ottenere una lista dei loro nominativi e dei relativi numeri di telefono per contattarli e informarli del disservizio. Restando nel campo della telefonia, può essere utile individuare la posizione di un

ripetitore mal funzionante a partire dalla collocazione geografica degli utenti da cui provengono i reclami.

Settore dei Trasporti/Logistica: GeoAnalyzer è uno strumento indispensabile per ottimizzare i percorsi e la consegna delle merci, con notevole risparmio sul numero dei corrieri, sui mezzi da impiegare e sui tempi di consegna.

Caratteristiche

- ✓ utilizzo delle Mappe di Microsoft MapPoint
- ✓ integrazione con il mondo Microsoft Office e altri applicativi gestionali
- ✓ ambiente intuitivo e amichevole

Funzionalità

- ✓ Gestione dei dati
 - Assemblaggio , definizione e creazione di query tramite una interfaccia semplice
 - Importazione e aggiornamento dati tramite operazione guidate
- ✓ Normalizzazione e geo-codifica degli indirizzi e dei dati (servizio esterno)
- ✓ Consultazione e interrogazione dati e mappe
 - Visualizzazione indirizzi clienti / potenziali fino al massimo dettaglio(per Indirizzo)
 - Copertura territoriale effettiva (o rispetto alla zona assegnata)
 - Calcolo del bacino d'utenza
 - Zone e territori (Assegnazione , visualizzazione e analisi)
 - Analisi della penetrazione di mercato

Requisiti hardware e software minime:

- ✓ PC Core-2 o superiore
- ✓ CD/DVD-ROM
- ✓ Scheda video (1024 x 768) o superiore
- ✓ 1 Gb di RAM (altre applicazioni utilizzate contemporaneamente richiedo maggiore RAM)
- ✓ 1.2 GB per l'installazione
- ✓ Microsoft Windows XP Professional o superiore
- ✓ Internet Explorer 8.0 o superiore



PROFESSIONAL

Descrizione e funzionalità :

Mappe Interattive:

Microsoft MapPoint

Database:

Microsoft SQL Server

Gestione Dati:

importazione dati da qualsiasi fonte dati accessibile e nei formati standard
es: Testo, Excel ,Access, Dbase, SQL Server ,Oracle ,As400 ,etc..

Integrazione e scambio dati e immagini con Microsoft Office

Gestione territoriale dei dati multi livello

- 1) paese
- 2) regione
- 3) provincia
- 4) comune
- 5) codice postale

Rappresentazione mediante grafico dei dati oggetto di analisi.

Visualizzazioni a scelta dell'utente(torte, istogrammi ecc.) con rappresentazioni cromatiche differenti di georeferenze diverse (es. per consumi,per fatturato, per prodotto, per mix di prodotti....)

Selezione a mano libera sulla mappa per l'analisi e il filtraggio dei dati.

Interrogazione e Query dei dati immediata e semplice.

Analisi Olap (multi dimensionale) dei dati sia dal database che dalla mappa in tempo reale con relativa rappresentazione in grafici diversi.