

GEOMARKETING

Il tuo business proiettato sul mondo



Soluzioni efficaci, sicure e affidabili





Premessa

Il software di Geomarketing di Ergon Informatica risulta uno strumento efficiente per interpretare ed analizzare il proprio mercato, attuale e potenziale.

Servirsi di questa tipologia di applicazioni è oggi sempre più indispensabile per un'azienda che vuole programmare la propria rete di vendita

Il prodotto si fonda sulla descrizione geografica dei dati del business, dimensione chiave per effettuare una pianificazione accurata e prendere decisioni strategiche nel campo della comunicazione, della vendita, della distribuzione e del servizio a clienti. L'applicativo è stato creato in particolar modo per organizzare al meglio gli agenti, servendosi di un'analisi delle potenzialità di un'area geografica, che viene visualizzata facilmente su un dispositivo fisso.

I dati del business, proiettati su una regione, consentono di determinare una zona di potenziale attrazione per il proprio mercato o di programmare una re-distribuzione del personale commerciale, valutando le aree più adatte.

L'utilizzo efficace della cartografia elettronica e dei dati reperiti in specifiche piattaforme di raccolta, rende il Geomarketing un software completo sia per le piccole che per le grandi realtà aziendali.

Le imprese, attraverso il Geomarketing, possono dunque valorizzare la dimensione spaziale di determinate informazioni e trarre utili informazioni nell'ambito del marketing.

Grazie alla sua struttura visiva, il Geomarketing di Ergon si presenta come un software che dialoga con l'utente, mostrando a prima vista, senza troppe difficoltà, gli elementi selezionati attraverso i filtri, consentendo di identificare le carenze di agenti in determinate zone o la necessità di un intervento mirato sul territorio.

Dati, filtri, ricerche possono essere facilmente salvati, così da essere fruibili ad ogni utilizzo, senza doverli ricreare nuovamente. Il software permette dunque di valutare con immediatezza e accuratezza le proprie scelte, con innumerevoli vantaggi rispetto a delle anonime rappresentazioni tabellari di dati, favorendo in questo modo un'organizzazione commerciale potente.



Caratteristiche

Nato dall'incrocio di due storiche discipline: la geografia e il marketing, il Geomarketing permette di:

- Organizzare il personale commerciale: agenti etc..
- Individuare aree non presidiate dai competitors
- Definire un piano strategico per il marketing
- Ottimizzare le attività di local marketing (newsletter, volantinaggio etc...)
- Valutare l'impatto di determinate azioni commerciali su una zona, una regione, un territorio.
- Visualizzare le aree con maggiore domanda commerciale per determinate tipologie di prodotti
- Determinare la densità, i consumi della popolazione in determinate zone
- Pianificare la convenienza di determinate azioni commerciali, avvalendosi anche della cartografia stradale.
- Visualizzare aree poco servite dalla propria rete
- Dare efficaci chiavi di interpretazioni per dati difficili da comprendere
- Favorire una completa conoscenza del proprio mercato e del proprio settore
- Controllare le azioni e le attività poste in essere da agenti.
- Rafforzare la competitività di un'azienda



Funzionalità tecniche

- Georeferenziazione elementi di interesse
- Scelta della tipologia di mappa: satellitare, stradale o ibrida
- Visualizzazione insiemi e indicatori
- Scelta del peso di un indicatore proposto all'interno dell'algoritmo di formazione dei gruppi. Gli indicatori con peso maggiore avranno più importanza nella creazione dei gruppi rispetto agli indicatori con peso minore.
- Suddivisione clienti, regioni, province o comuni in gruppi.
- Visualizzazione sulla mappa delle zone servite e di quelle non servite
- Visualizzazione agenti e zone servite dagli stessi.
- Evidenziazione degli elementi selezionati
- Confronto tra regioni, province, comuni con simili caratteristiche o con caratteristiche differenti
- Aggiornamento elementi serviti nella mappa
- Normalizzazione e geocodifica dei dati aziendali
- Visualizzazione di grafici e tabelle
- Visualizzazione statistiche per determinate ricerche
- Strumenti di spostamento e di zoom all'interno delle aree territoriali
- Gestione ricerche (creazione, modifica ed eliminazione)
- Schedulazione delle ricerche
- Utilizzo di fonti dati esterne all'azienda: Istat (per le suddivisioni territoriali: regioni, province, comuni etc...), Google (per clienti potenziali o attuali), The Fork (con dati di Tripadvisor)