

# GeoDomino

Il sistema di geomarketing



## Cos'è

GeoDomino è uno strumento di analisi territoriale di supporto alle decisioni che permette di adeguare le **strategie di sviluppo** e la gestione operativa in ambito distributivo agli scenari di mercato, mettendo in relazione il patrimonio informativo aziendale con informazioni esterne, in particolare quelle socio-demografiche ed economiche disponibili a livello micro territoriale.

GeoDomino è stato pensato e realizzato per rispondere alle esigenze della **Direzione Pianificazione & Sviluppo Rete** e quelle della **Direzione Marketing & Comunicazione**.

GeoDomino, unitamente all'offerta dei prodotti e servizi di Consodata, ha incorporato progressi e perfezionamenti funzionali e informativi, seguendo l'evoluzione e le esigenze del mercato, confermandosi un sistema con specificità e caratteristiche essenziali per supportare gli operatori del settore con **aggiornate informazioni capillari e modelli di analisi**.

## A cosa serve

GeoDomino **sostiene e convalida le decisioni** nelle aree relative alle **strategie di rete, pianificazione commerciale e strategie di prodotto e comunicazione**. In tali ambiti, i principali utilizzi sono:

- valutare i profili socio demografici ed economici nei bacini di gravitazione dei punti di vendita per i singoli mercati di interesse e analisi delle performance della rete;
- costruire il modello di copertura ottimale per le operazioni di espansione e razionalizzazione rete rispetto al potenziale, alla concorrenza e alla clientela;
- monitorare l'andamento delle vendite e il ritorno delle attività promozionali effettuate nel tempo;
- orientare gli investimenti in comunicazione nelle aree con maggior presenza del potenziale (target prospect);
- calcolare gli adeguati benchmark di mercato.

Il sistema è un'integrazione di **diverse componenti** mutuamente interattive che nel loro insieme contengono il **"percorso" a supporto del processo decisionale**.



L'**analisi territoriale** è un elemento fondamentale per analizzare le grandi quantità di informazioni presenti nei database aziendali. Un sistema di geomarketing, utilizzando la componente territoriale come informazione, supporta le imprese nelle strategie di marketing, di comunicazione e nella riorganizzazione della propria rete commerciale fissa e mobile.

Per rispondere alle sempre più specifiche esigenze del mercato, **Consodata** propone un prodotto di geomarketing completamente rinnovato.

Nello specifico, la nuova piattaforma, sviluppata su tecnologia ESRI, apporta al prodotto:

- maggiore **semplicità d'uso**;
- migliori **performance di analisi**;
- gestione facilitata di **reportistica**;
- collegamenti a **DB aziendali**;
- integrazione di **indicatori di mercato**;
- maggiore **integrabilità** con le altre applicazioni presenti in azienda.

## Reti mobili / Reti fisse

### Le componenti:

- Software di geomarketing
- Cartografia amministrativa CountryMap
- Mash up con la cartografia stradale e satellitare . Cartografia vettoriale Tom Tom o Here (opzionale)
- In funzione del mercato di riferimento i moduli sono integrati con DB specifici.
- L'elenco completo dei DB Consodata che possono essere inclusi nel sistema di geomarketing è disponibile all'indirizzo web <http://www.consodata.it/it/servizi-prodotti/strategie-rete/database-statistici.html>

# Le funzionalità di base di GeoDomino

## Gestione geografica delle informazioni

- **Navigazione geografica** e gestione degli strati informativi
- Personalizzazione delle **aree di lavoro**
- **Rappresentazioni tematiche**
- **Esportazione di mappe** nei formati più in uso
- Interrogazioni geografiche
- **Ricerca** guidata di **indirizzi**
- **Creazione** su mappa di **punti** da un DB esterno
- **Configurazione personalizzata** di stili e di modalità di visualizzazione
- Collegamento a **Database esterni**
- Personalizzazione dei **tracciati record**
- Definizione di **indicatori personalizzati**
- **Esportazione** in formato **Excel** di selezione di **dati**
- **Esportazione** in formato **Excel** di **report** personalizzabili

Nel prodotto di base sono predisposte una serie di **analisi territoriali** in funzione del mercato di riferimento, ecco alcuni esempi:

- incidenza della popolazione gravitante
- indicatori di ricchezza immobiliare
- propensione al consumo
- propensione al risparmio

## Gestione territori

La funzione, propedeutica alla **creazione di aree personalizzate**, consiste nell'**aggregazione automatica dei territori**. La possibilità di tematizzare i territori, in base alla variabile di aggregazione, consente di simulare le aree da creare. E' prevista la possibilità di intervenire manualmente monitorando i valori di potenzialità del territorio.

## Matrice delle distanze

- Calcolo della **distanza tra due insiemi di punti** in un spazio geografico definito dall'utente (esempio: distanza tra i punti vendita della propria rete e quelli della concorrenza).
- Calcolo della **distanza tra più punti ed un punto di riferimento** (esempio: distanza dei clienti dal funzionario commerciale di riferimento)
- **Ricerca dei punti più vicini** (esempio: il punto vendita più vicino ad ogni prospect)
- Il sistema utilizza il calcolo della distanza **radiale e Manhattan**. Il calcolo puntuale della distanza **stradale** è disponibile nella versione con integrato il grafo stradale.

## Pubblicatore

Consente di pubblicare i layer creati da una postazione desktop di GeoDomino rendendoli disponibili agli utenti del GeoDomino OnLine. Possono essere pubblicati tematismi e analisi su tutti i tipi di layer, layer prodotti con aggiornamento di dati ma anche nuovi layer (aree create o partizioni di territori). Ciascun layer può essere pubblicato e reso disponibile a uno o più gruppi di utenti.

## Collegamento con Google™ StreetView disponibile anche sulla versione OnLine

Questa funzionalità consente, tramite un click sulla mappa, di aprire una finestra di navigazione di Google™ StreetView e di visualizzare l'“intorno” del punto in analisi.



## Modulo Reti Mobili - GeoDomino

Il modulo, in maniera semplice ed efficace, risponde all'esigenza di valutare e riorganizzare le reti di vendita. Le analisi territoriali consentono di **monitorare le performance** dei singoli agenti in base al potenziale delle relative aree di competenza e di valutare l'efficienza della struttura della propria rete commerciale.



## Le principali applicazioni

- Formulare diversi scenari di **riorganizzazione della rete** attraverso i criteri di:
  - **bilanciamento**: per ottenere una copertura territoriale efficiente in funzione delle risorse umane a disposizione;
  - **dimensionamento**: per simulare variazioni nella composizione della rete in termini di sviluppo o razionalizzazione.

- Definire le **aree commerciali** in base a criteri di equipotenzialità e percorribilità stradale considerando sia i vincoli di distanza sia i tempi di percorrenza
- Procedere all'assegnazione automatica delle aree commerciali
- **Segmentare i clienti e le zone di vendita** interpretando le informazioni disponibili a livello territoriale
- **Monitorare le performance** della forza vendita mettendo in relazione i risultati con la potenzialità del territorio
- Valutare l'**efficienza** della struttura della rete commerciale analizzando valori di **benchmark** personalizzati in funzione delle esigenze

## Le principali funzioni: gestione della Rete commerciale

Le principali funzioni del modulo sono state organizzate in procedure semplificate per:

- definire la **gerarchia** della rete vendita;
- creare le aree in base alla **composizione territoriale** predefinita;
- assegnare i territori di competenza ai funzionari di vendita;
- **bilanciare** manualmente le aree commerciali;
- personalizzare i **tracciati record** delle aree e delle anagrafiche;
- **aggiornare** con processi automatici i **dati statistici** riferiti alle aree;
- organizzare più reti commerciali per **linee di prodotto**.

## Le principali funzioni: gestione delle simulazioni

Un'intera sessione del prodotto è dedicata alle simulazioni di **nuovi assetti delle reti vendita**.

E' possibile creare più ipotesi di aree commerciali in base a **parametri personalizzabili** quali residenza agente, ampiezza dell'area, distribuzione del potenziale.

Ogni simulazione può essere salvata e successivamente validata in zone commerciali.

## Le principali funzioni: reportistica

Il sistema genera in automatico le **schede territoriali** contenenti rappresentazioni tematiche personalizzabili delle aree commerciali e la composizione territoriale dei mandati territoriali.

I report sono disponibili per i diversi livelli gerarchici ed esportabili in formato Excel.

# Modulo Reti Fisse - GeoDomino

Il modulo raccoglie funzioni specifiche per una efficace gestione della rete commerciale costituita da punti fissi quali sportelli bancari, punti di vendita, agenzie. L'analisi del **posizionamento della propria rete distributiva**, la valutazione della domanda e l'esame dello scenario competitivo in un'ottica geografica sono elementi fondamentali per le decisioni operative e strategiche delle aziende di tutti i settori: istituti bancari, agenzie di assicurazione, grande distribuzione, franchising e altri ancora.



## Le principali applicazioni

- Definizione delle **aree di competenza** di ogni punto vendita o sportello bancario e analisi del profilo economico-finanziario, demografico- produttivo e competitivo fino alla massima granularità territoriale
- Gestione di **simulazioni di aree** che possono essere confrontate e validate in mercati
- Valutazione della **potenzialità economica** per i mercati di interesse (dalle aree mercato macroterritoriali alle singole microaree cittadine)
- Individuazione **dei bacini reali** e del potenziale dei singoli punti vendita o filiali in relazione alla distribuzione sul territorio della clientela
- Assegnazione alla rete dei **target prospect** attraverso modelli di selezione geografica per supportare le operazioni di sviluppo realizzate attraverso azioni di marketing diretto
- **Assegnazione del budget** nella fase di pianificazione commerciale per i singoli livelli gerarchici dell'organizzazione della rete

## Le principali funzioni: creazione aree mercato

Questa funzione è specifica per la **creazione di aree di mercato assegnabili a punti vendita** (o agenzie o sportelli bancari) al fine di misurare la potenzialità del territorio di competenza e valutare rispetto ad essa le performance del punto vendita in analisi.

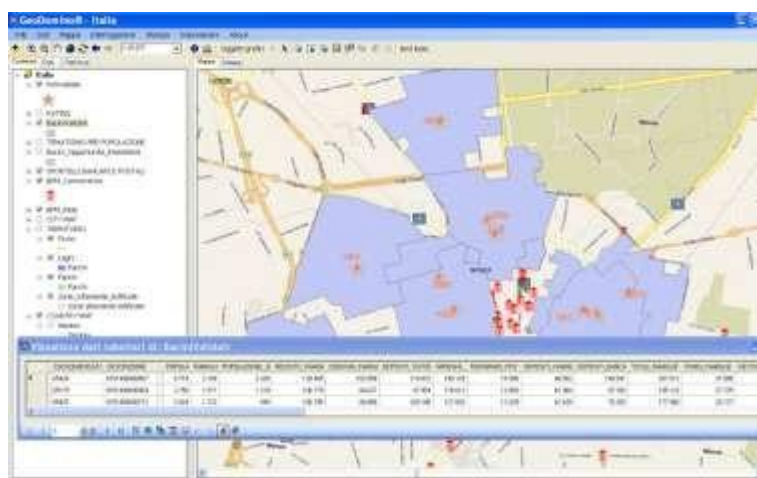
In base alle caratteristiche dei punti di vendita e alle politiche commerciali, il sistema permette di ripartire il territorio sia in modo "esclusivo" sia considerando eventuali sovrapposizioni territoriali. I **modelli** utilizzabili possono essere **gravitazionali, geografici oppure economici**.

Le aree create, arricchite con una serie di **dati statistici**, possono essere assegnate ai punti vendita oppure salvate come **simulazioni** per un'analisi di validazione.

I **Report**, disponibili per i diversi livelli territoriali, sono **esportabili in formato Excel**.



MODELLI		CRITERI DI GENERAZIONE AREE	
<b>Gravitazionale</b>	Parametri territoriali (distanza o tempo)		
<b>Aree Target</b>	Partizione del territorio in aree mediante equidistribuzione del potenziale o in base ad altri criteri personalizzabili		
<b>Aree Reilly</b>	Assegnazione di un territorio ai punti in esame in funzione della loro capacità di “soddisfare” la domanda (livello di attrazione)		
MODELLI		CRITERI DI ANALISI E VALUTAZIONE	
<b>Opportunità insediative</b>	Parametri territoriali (distanza o tempo)Il modello è finalizzato ad <b>individuare le aree migliori per nuove aperture</b> considerando la potenzialità territoriale, la presenza della concorrenza ed i parametri personalizzabili. Sulla base della logica di valutazione <b>rating / ranking</b> , l’utente definisce i parametri e le regole per assegnare ad ogni area generata un indicatore sintetico che ne misuri il livello di potenzialità ottenendo quindi una <b>graduatoria in linea con le proprie esigenze</b> .		
<b>Insediamiento singolo</b>	Valutazione del <b>profilo</b> demografico ed economico-finanziario di un <b>bacino gravitazionale</b> in base a criteri personalizzabili, tenendo conto sia della distanza stradale sia del tempo di percorrenza.		



## Le principali funzioni: pianificazione commerciale

La funzione è stata studiata e realizzata per calcolare la distribuzione dell’**obiettivo di budget** aziendale, totale e per prodotto, sui singoli punti vendita/filiali attraverso “**tecniche di ribaltamento**” che ponderano variabili territoriali (potenzialità, concorrenza, sovrapposizione territoriale), gestionali (risultati storici e caratteristiche strutturali) e vincoli commerciali (produzione minima per filiale).



# GeoDomino OnLine – La soluzione Consodata per le analisi di geomarketing via web

**GeoDomino OnLine** è uno strumento di analisi territoriale utilizzabile attraverso il “Browser Internet”, si caratterizza per la semplicità d’uso, la velocità e la flessibilità.

- **Semplicità d’uso:** in breve tempo è possibile apprendere i comandi di navigazione e le funzioni di analisi di GeoDomino OnLine;
- **Velocità:** basta disporre di un accesso alla rete per collegarsi in modalità riservata a GeoDomino OnLine e ricercare, visualizzare ed esportare con pochi clic del mouse le mappe e i dati territoriali di interesse fino a livello di sezione di censimento Istat;
- **Flessibilità:** GeoDomino OnLine è un prodotto modulare e personalizzabile, il cliente può definire le banche dati (di fonte aziendale e di fonte esterna), i territori e le funzionalità di analisi da includere nel sistema di geomarketing.

**GeoDomino OnLine** può essere utilizzato:

- **in service** – l’applicativo e le banche dati risiedono sul server web di Consodata;
- **on-premises** – l’applicativo e le banche dati risiedono sul server del cliente e gli utenti si collegano alla rete intranet aziendale per eseguire le analisi di geomarketing;
- **in modalità mista** – l’applicativo risiede sul server web di Consodata, le banche dati risiedono in parte sul server web di Consodata e in parte sul server del cliente.

**Presidio della rete esistente**

- **Definizione e qualificazione del mercato** dei punti vendita in termini di potenziale territoriale, pressione competitiva e attrattori di traffico;
- **Assegnazione del budget** ai punti vendita sulla base dei livelli di potenziale territoriale e di competition del mercato presidiato.

**Razionalizzazione e sviluppo della rete**

- **Individuazione dei macroterritori** non ancora coperti, o coperti in modo insufficiente, che presentano maggiore opportunità di sviluppo e minore competition;
- **Validazione delle location** dei punti vendita di prossima apertura.

**Comunicazione e marketing diretto**

- **Assegnazione ai punti vendita della rete dei prospect in target** attraverso modelli di selezione geografica per le operazioni di sviluppo attraverso azioni di marketing diretto;
- **Individuazione dei territori target del mercato presidiato dal punto vendita** e selezione delle strade per le campagne di comunicazione non indirizzata.

## Le funzionalità di base

### Accesso al sistema

Inserendo le credenziali di accesso, è possibile accedere a GeoDomino OnLine direttamente all'area territoriale di competenza dell'utente e ai relativi contenuti.

### Barra degli strumenti

- gestione della visualizzazione dei layer geografici presenti sulla mappa tramite il controllo livelli.
- selezione di oggetti geografici (semplice, poligonale, rettangolare, oggetti entro zona).
- navigazione sulla mappa (Zoom avanti , Zoom Indietro, Pan).
- identificazione puntuale del territorio.
- visualizzazione dei dati della selezione corrente.
- visualizzazione schermo intero.
- ricerca di un oggetto geografico.
- localizzazione di un indirizzo.
- salva / carica visualizzazione.
- creazione di tematismi dinamici su un layer geografico.
- collegamento diretto a Google™ Street View (consente, tramite un click, di aprire una finestra di navigazione di Google™ StreetView e di visualizzare l'”intorno” del punto in analisi).



### Strumenti di ricerca e di gestione delle informazioni

- navigazione geografica e gestione degli strati informativi.
- selezioni geografiche semplici ed avanzate.
- query di ricerca sugli strati informativi.
- estrazione delle informazioni degli oggetti selezionati.

## Mappe tematiche

- visualizzazione delle mappe tematiche pre caricate nel sistema.
- creazione e visualizzazione delle mappe tematiche dinamiche, a valori singoli o intervalli, effettuate su una variabile definita dall'utente.



## Bacini gravitazionali

Questo modulo consente la creazione e la visualizzazione temporanea su mappa di bacini gravitazionali isocroni o isodistanti creati a partire da punti scelti dall'utente.



## Strumenti di esportazione delle informazioni

- stampa su carta e su file della mappa;
- esportazione dati relativi agli oggetti selezionati in formato Excel e Csv.

## Ricerca indirizzo

Questo modulo sfrutta le potenzialità di NorCode Web Service, anch'esso di proprietà di Consodata, che consente di normalizzare geocodificare e visualizzare temporaneamente su mappa un indirizzo ricercato. Inoltre, in caso di ambiguità (es. via Garibaldi, Milano) il sistema consente di selezionare l'opzione corretta in modalità interattiva.

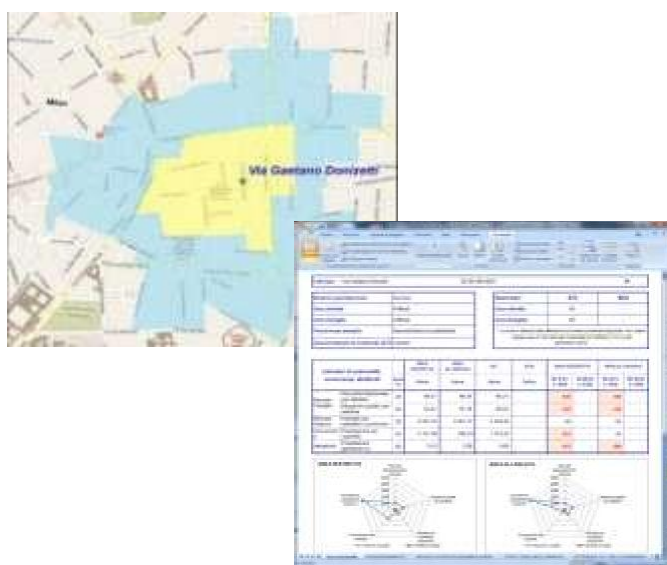
## I moduli di analisi

### Site Evaluation

Il modulo è preposto per la creazione del mercato dei punti vendita della rete esistente o di prossima apertura, al fine di valutare con dati statistici il potenziale territoriale, la pressione competitiva e la relazione con le performance.

### Posizionamento competitivo

Questo modulo è legato alla funzionalità di site evaluation: una volta generato il mercato di un punto vendita è possibile confrontare i valori di potenzialità e competition di questo bacino con i valori dei mercati (costruiti con gli stessi criteri) degli altri punti vendita della propria rete o delle reti concorrenti. Ciò consente di individuare i punti vendita meglio posizionati nel territorio in analisi.



I mercati dei punti vendita sono costruiti sulla base di parametri dimensionali di distanza stradale e tempi di percorrenza definiti dall'utente.

E' possibile anche tracciare sulla mappa con il mouse i confini del mercato del punto vendita.

Il sistema produce in automatico il **report di analisi**, in formato Excel, del mercato creato.

Il documento è organizzato in più fogli:

- mappa del bacino creato;
- dati statistici riferiti al potenziale territoriale e alla concorrenza;
- altri dati in funzione delle esigenze del cliente.

## La cartografia

Su GeoDomino OnLine verranno caricate le seguenti banche dati cartografiche:

- **cartografia amministrativa**: sezioni di censimento fonte Istat, Comuni, Cap, Province, Regioni;
- **cartografia satellitare**: si tratta di una cartografia erogata come servizio, ed è costituita da 3 differenti rappresentazioni: stradale, stradale con etichette e satellitare

Una delle maggiori potenzialità del sistema è la capacità di sovrapporre sulla mappa layer cartografici, con le relative informazioni tabellari collegate, erogati da più fonti che possono essere dislocate in diverse sedi. Questa potenzialità è tecnicamente definita col nome di "Mash-Up".

Un esempio tipico di Mash-Up dei dati, è la sovrapposizione di mappe erogate da un server presente nella intranet aziendale del cliente con la cartografia Bing Maps erogata da un server esterno di Microsoft.

## Le Banche dati - GeoDomino

Nei prodotti GeoDomino (Reti Fisse, Reti Mobili e OnLine) è possibile integrare qualsiasi banca dati statistica o anagrafica. Per alcuni mercati specifici, sono stati organizzati DB che prevedono le informazioni maggiormente richieste:

<p><b>ISTITUTI BANCARI</b></p>	<p><b>DataBase statistici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Famiglie e popolazione</b> segmentata per sesso e fasce di età</li> <li>- <b>Popolazione gravitante</b> per motivi di lavoro</li> <li>- <b>Reddito</b> disponibile e consumi</li> <li>- <b>Risparmio finanziario</b> (depositi bancari, depositi postali, titoli, Gpm, quote di fondi comuni, assicurazioni vita, impieghi, intensità di utilizzo dei servizi bancari)</li> <li>- <b>Concorrenza</b> (numero sportelli e sedi bancarie, uffici postali, promotori finanziari)</li> <li>- <b>Unità locali e imprese</b></li> </ul> <p>Le informazioni sono disponibili fino a livello di sezione di censimento</p> <p><b>DataBase anagrafici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Sportelli bancari</b> tradizionali, speciali ed interni</li> <li>- <b>Sportelli postali</b></li> </ul> <p>I record sono geocodificati e posizionati su mappa.</p>
<p><b>GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA</b></p>	<p><b>DataBase statistici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Popolazione, età, sesso, famiglie</b> - Comunale</li> <li>- Popolazione, famiglie - Sezione di Censimento</li> <li>- <b>Consumi</b> delle famiglie per gruppi e categoria merceologica – Sezione di Censimento</li> <li>- Consumi delle famiglie – Sezione di Censimento</li> <li>- <b>Reddito</b> disponibile – Comunale</li> <li>- Reddito disponibile – Sezione di Censimento</li> </ul> <p><b>DataBase anagrafici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Ipermercati e Supermercati</b></li> </ul> <p>I record sono geocodificati e posizionati su mappa.</p>
<p><b>SOCIETA' FARMACEUTICHE</b></p>	<p><b>DataBase statistici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Famiglie e popolazione</b> segmentata per età e sesso – Livello comunale</li> <li>- Famiglie e popolazione segmentata per età e sesso – Livello CAP comuni</li> <li>- <b>Zone di competenza ASL</b> (realizzate sulla base delle tabelle pubblicate sul sito del ministero della sanità)</li> <li>- <b>Cartografia 2016 IMS dei Microbrick</b></li> </ul> <p>Le informazioni sono disponibili a livello comunale e a livello di zone e microzone IMS</p> <p><b>DataBase anagrafici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Strutture Sanitarie</b></li> </ul> <p>I record sono geocodificati e posizionati su mappa.</p>