



**Le trading Area: Definirle, conoscerle e fare promozione**

# **FARE PROMOZIONE SULLE TRADING AREA**

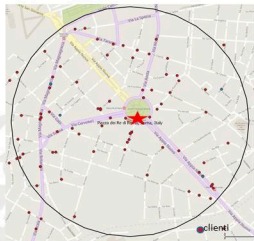
- **Definire le trading area**
- **Conoscere il profilo socio-demografico ed economico**
- **Analizzare la concorrenza**
- **Segmentare i propri clienti**
- **Individuare le zone a basso e alto potenziale e ottimizzare gli investimenti**

# DEFINIRE LA TRADING AREA

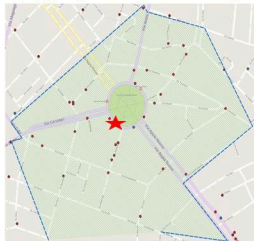
Mediante geolocalizzazione del DB clienti

Mediante interviste sul PV o sul territorio

Mediante isocrone e isodistanze



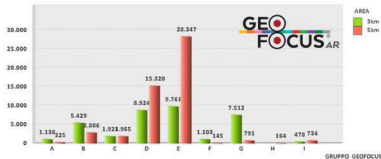
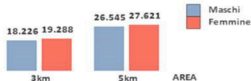
Buffer



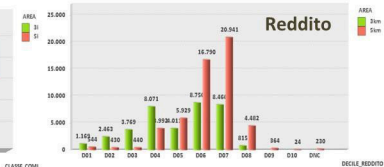
Isocrone e isodistanze

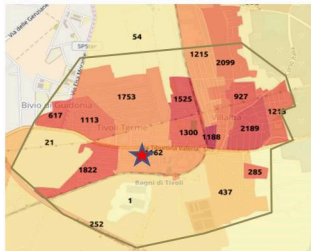
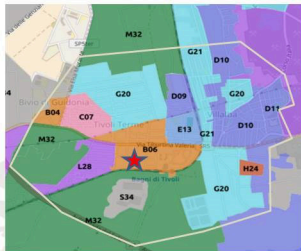
# CONOSCERE IL PROFILO SOCIO-DEMOGRAFICO E ECONOMICO

## Maschi



## Saldi intercensuari



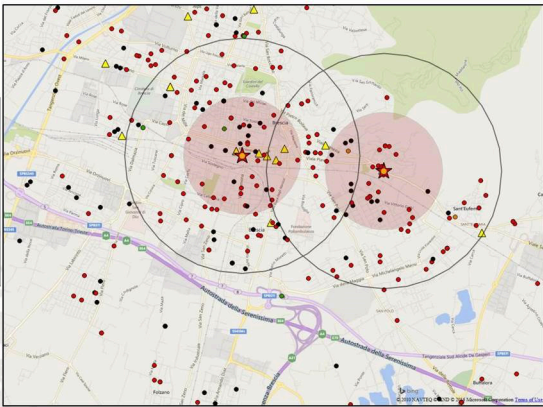
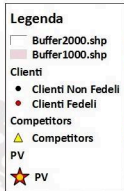


## Segmenti Geofocus

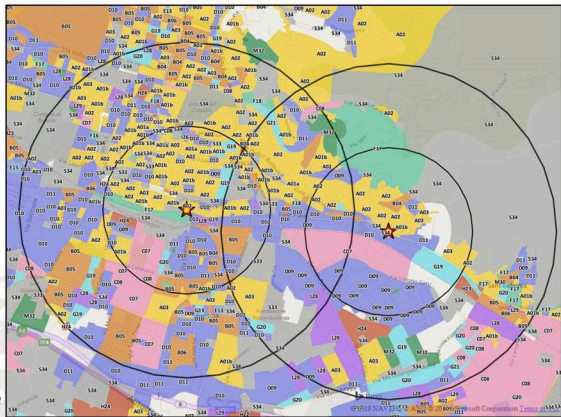
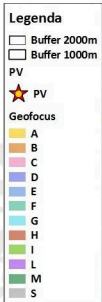
- B04-06: Popolazione demograficamente anziana (B04) o in media (B06) e reddito medio-alto
- C07: Giovani e reddito medio-alto, abitazioni recenti
- D09-10-11: Popolazione con reddito e demografia vicine alla media, molti stranieri
- E13-H24: Aree operaie - anziane (E13) o giovani (H24) a reddito medio-basso
- G20-21: Giovani a reddito basso, molti disoccupati
- L28: Anziani a reddito baso
- M32: Popolazione giovane, reddito molto basso
- S34: Zone non classificate (scarsa popolazione)

## Densità della popolazione e pop. residente

# ANALIZZARE LA CONCORRENZA

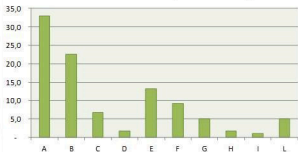


# CONOSCERE IL TERRITORIO CON GEOFOCUS



## LE CARTE FEDELTA'-SEGMENTARE I CLIENTI CON GEOFOCUS

**Distribuzione dei clienti per Geofocus\_GR**



La geolocalizzazione consente di segmentare i clienti con Geofocus, di calcolarne la penetrazione all'interno delle famiglie della service area individuata e di calcolare indici di potenzialità territoriale.

L'analisi degli scontrini consente di individuare strategie di sviluppo per segmento.

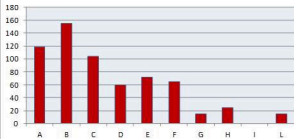
**Scontrino medio per Geofocus\_GR**

Media=100



**Indice di penetrazione per Geofocus\_GR**

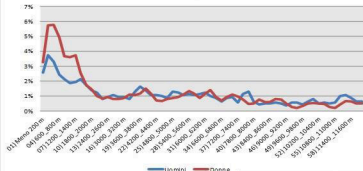
Media=100





## INDIVIDUARE LE ZONE AD ALTA E BASSA PENETRAZIONE/POTENZIALITÀ

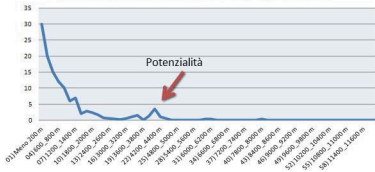
Distribuzione dei clienti secondo la distanza dal PV



La distribuzione per distanza e la penetrazione permettono di definire la (o le) trading area anche per diverse tipologie di clienti (es.: uomini, donne giovani, anziani)

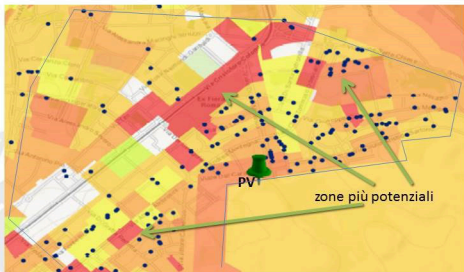
La penetrazione consente di misurare l'effetto della concorrenza ed individuare zone potenziali a distanze particolari

Penetrazione dei clienti sulle famiglie per distanza



# INDIVIDUARE LE ZONE A ALTO E BASSO POTENZIALE E OTTIMIZZARE GLI INVESTIMENTI

Per definire come e dove fare più promozione dentro e fuori la trading area



Geofocus, in base alla propensione, alla densità di popolazione ed al reddito consente di individuare le zone più potenziali dove spingere la promozione

*....people, not numbers*



Roma Via Maffeo Pantaleoni, 25  
(RM) 00191 Italia

Phone: (+39) 06-88812177

Fax: (+39) 06-91712589