

GeoBusiness e la marketing automation

GeoBusiness è uno strumento di geomarketing evoluto perchè integra le tecnologie WebGIS per la visualizzazione di una mappa cartografica via Internet, con gli strumenti di analisi e reportist tipici della Business Intelligence (BI), nel rispetto degli standard tecnologici, allo scopo di:

- Analizzare tutti i dati aziendali: clienti, prodotti, concorrenza, aree di business, punti interesse, dati statistici, mercato attuale e potenziale
- Eseguire ed estrarre report personalizzati in base al ruolo aziendale (Amministrato Responsabile vendite, ecc..)
- Produrre mappe tematiche sulla base dei risultati ottenuti analizzando i dati.

GeoBusiness consente ai suoi utilizzatori di disporre di informazioni complete e aggiornate allo scopo di prendere decisioni efficaci rispondendo in tempo reale alle sollecitazioni del mercato.

Il GeoMarketing

Il geomarketing è l'insieme di metodologie di analisi e strumenti informatici in grado di gestire l'informazione geografica come parte integrante del sistema informativo di un'azienda: clienti, prodotti, concorrenza, aree di business, punti di interesse, dati statistici e mercato attuale e potenziale. Fare geomarketing significa prima di tutto sfruttare l'informazione cartografica per vedere dove sono i clienti e i concorrenti, rappresentandoli con punti situati nel comune, nel CAP o lungo la strada in cui essi si trovano.

L'esigenza

Oltre l'85% delle informazioni di un'azienda è legato ad una entità geografica: provincia, regione, comune, CAP, strada, zona di vendita, ecc.. Quasi ogni database contiene colonne con nomi di località, CAP, indirizzi, province, codici di zona.



I soli dati aziendali non bastano

Le decisioni non possono essere basate solo sui dati aziendali. Per quanto tutte le aziende utilizzino alcuni dati macro (popolazione, famiglie, ecc.) per valutare i propri risultati, questi possono essere insufficienti per la comprensione di fenomeni locali. Enti pubblici ed aziende private mettono oggi a disposizione una grande quantità di dati statistici aggregati in modo più o meno dettagliato che possono essere sfruttati per valutare il potenziale di una zona rispetto all'attività di business di un'azienda: l'azienda è presente dove gli indicatori sono favorevoli?

Internet e le mappe cartografiche (WebGIS)

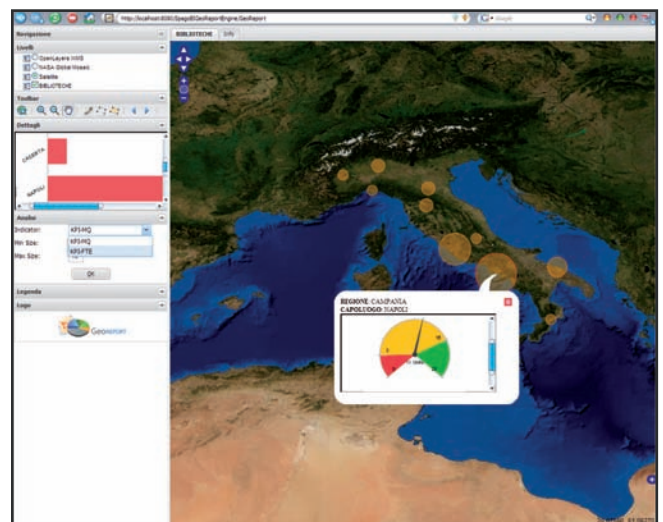
La tecnologia Internet si sta rivelando il complemento ideale alle funzionalità proprie dei sistemi di geomarketing: se da un lato l'efficacia della rappresentazione cartografica facilita la comprensione e diffusione delle informazioni e la condivisione delle decisioni, dall'altro la tecnologia Internet consente di distribuire le informazioni con ridotti investimenti di messa in opera e manutenzione, per cui un sistema informativo geografico disponibile in rete Intranet può veramente essere un elemento decisivo all'interno del processo decisionale aziendale.

Le mappe cartografiche sono visualizzate via Internet mediante tecnologia WebGIS.

La Business Intelligence (BI)

La Business Intelligence (BI) è l'insieme di tutti gli strumenti software in grado di:

- Estrarre dati da fonti eterogenee e distribuite
- Elaborare i dati ed inserirli in un unico sistema di sintesi, il Data Warehouse (DWH)
- Effettuare analisi complesse e dettagliate via Web (OLAP – On-line Analytical Processing) in base a diversi livelli di aggregazione delle informazioni contenute nel DWH
- Produrre report personalizzati (diagrammi a torta, a barre, tabelle, grafici, indicatori, ecc..) via Web

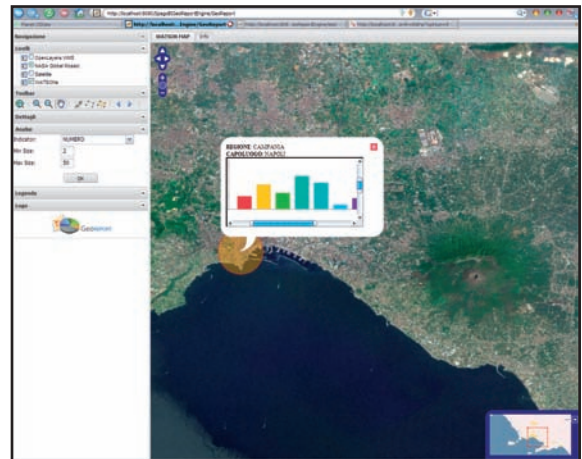


Cosa fa GeoBusiness?

- Georeferenzazione di tutti gli indirizzi presenti nei database aziendali.
- Trattamento e georeferenzazione di anagrafiche residenziali e business (suddivise per categoria).
- Individuazione/Visualizzazione delle aree di business e punti di interesse
- Integrazione delle basi dati interne ed esterne all'azienda in un unico sistema di sintesi orientato al marketing: Il GeoData-Warehouse
- Visualizzazione di tutti i clienti su mappa cartografica suddivisi per categoria e per prodotto
- Integrazione con dati ISTAT socio-economici ed amministrativi (Regioni, Province, Comuni, Zone CAP, ecc..)
- Integrazione di tutti i dati con stradari di tipo commerciale o gratuiti
- Produzione di reportistica avanzata e personalizzata in base al ruolo aziendale
- Estrazione report tabellari nei formati più comuni di interscambio (PDF, CSV, EXCEL,TXT)
- Produzione di "mappe tematiche" mediante specifiche funzionalità di GeoStatistica (Mappa Colorata e Simboli Proporzionati)
- Geocodifica di indirizzi on-line
- Integrazione con Google Earth e visualizzazione 3D
- Analisi dettagliate in base a diversi livelli di aggregazione (clienti, prodotti, aree geografiche di interesse, tempo, ecc...)

Perchè scegliere GeoBusiness?

- E' facile da utilizzare
- Utilizza direttamente i dati già disponibili in azienda, per massimizzare il valore degli investimenti già sostenuti dall'azienda nei sistemi informativi
- Dispone di procedure di associazione automatica o semi automatica dei dati alla mappa (senza necessità per l'utente di conoscere a priori le coordinate geografiche di clienti, zone, o altro)
- E' corredato di mappe di base ad ogni livello di dettaglio (limiti amministrativi, punti di interesse, stradario, ecc..), per ridurre i costi connessi alle personalizzazioni, e di dati statistici territoriali di vario genere e dettaglio (es. dati ISTAT), per ridurre i problemi connessi all'acquisizione e importazione di dati da fonti esterne
- Consente la creazione delle aree di business a partire da un database descrittivo.
- E' integrabile con le altre applicazioni gestionali già esistenti in azienda (CRM, ERP, ecc..)
- Nessun costo di licenze (il prodotto è Open Source)



Ambiti applicativi

I benefici che derivano dall'utilizzo di strumenti avanzati per il trattamento dati (normalizzazione, geocodifica, elaborazione e verifica) sono innumerevoli. In alcuni settori essi diventano una esigenza precisa ed essenziale se si desidera muoversi sul mercato in modo efficiente e controllabile.

I possibili ambiti applicativi sono:

- Farmaceutico
- Sanità
- Finanziario
- GDO
- Immobiliare
- Automotive
- Utilities
- PMI
- Call Center/Customer Care

Fruizione del servizio in modalità ASP o installazione fisica del software?

GeoBusiness può essere utilizzato in Modalità ASP (Application Service Provider) o, in alternativa, può essere installato fisicamente su un server presso il cliente.

La fruizione del servizio in modalità ASP ha di sicuro un vantaggio, quello cioè di minimizzare l'investimento per il cliente, che a fronte di un costo iniziale di configurazione ed una quota annuale di utilizzo, avrà a sua completa disposizione un applicativo performante, costantemente aggiornato e sicuro (antivirus, back-up giornalieri, ecc..), a cui potrà accedere mediante username e password.



Pivot Analysis

Order Status	2002			2004			2005		
	Qtd	Val	Weight	Qtd	Val	Weight	Qtd	Val	Weight
Shipped	97071	9436962	92,4%	35312	3272701	97,2%	47131	4750206	95,2%
Cancelled	2634	262327	2,5%	838	75132	2%	1796	187195	3,8%
On Hold	1879	178979	1,7%	217	26200	,5%	1062	152719	7,7%
Resolved	1660	150718	1,4%	288	28551	,8%	253	24079	,5%
In Process	1498	144798	1,4%				1490	144798	7,3%
Disputed	591	72212	,7%				597	72212	3,6%