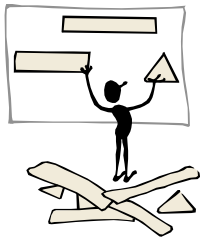
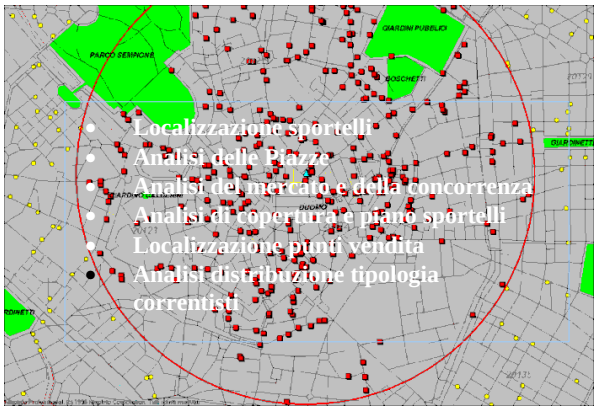
SCHEDA ESEMPLIFICATIVA DI UN PROGETTO SIT

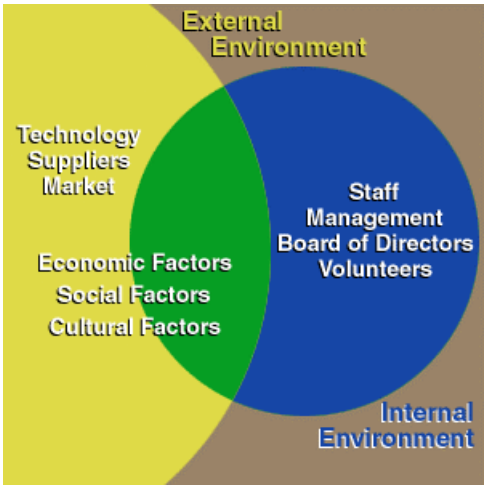


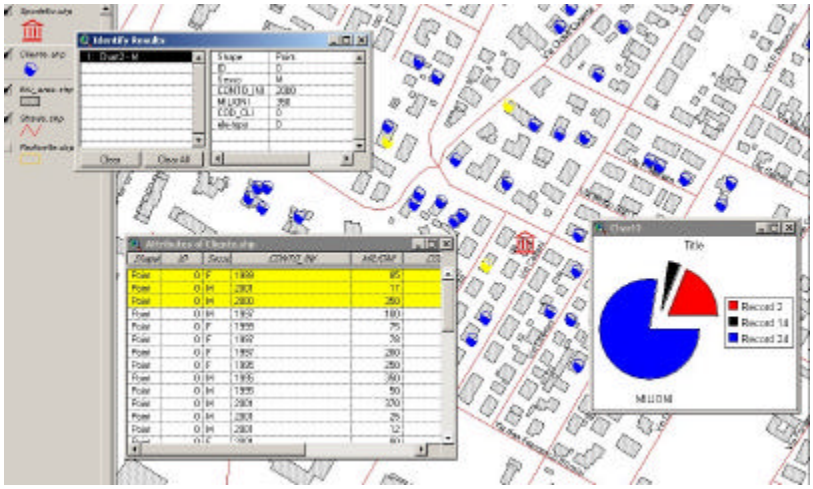
GEOMARKETING BANCARIO

Il **GEOMARKETING è:**
la scelta di nuove forme **di rappresentazione dei dati**, che lascino maggiore spazio alle capacità intuitive proprie dell'essere umano. E' la decisione di introdurre a tutti gli effetti la **variabile territorio** nel processo decisionale. Ed è infine la presa di coscienza che la presa di decisioni e la loro accettazione sono fortemente influenzate **dalla diffusione e comprensione delle informazioni**.
In poche parole, il **marketing geografico** è una metodologia innovativa che consente un utilizzo più efficace delle informazioni disponibili.
Fare marketing geografico significa :

- rappresentare i dati aziendali sopra delle mappe geografiche
- confrontare e integrare dati di fonte e aggregazione diverse: informazioni di mercato, indicatori socioeconomici, localizzazione di clienti e concorrenti
- aggiornare i criteri di valutazione e decisione, introducendo concetti prettamente geografici come la distanza, l'adiacenza e il bacino di utenza.







I dati sui clienti vengono visualizzati in maniera geografica e in relazione fra loro

Lo strumento viene utilizzato come uno degli utensili di **controllo delle filiali**, per conoscere la penetrazione del mercato nella zona operativa della filiale stessa, e come **strumento di pianificazione** delle operazioni di marketing diretto rivolto a fasce di utenza specifica. Di una certa zona si conoscono le **capacità di risparmio dei residenti**, si conoscono **le fasce di età dei possibili risparmiatori**, si conoscono **gli indirizzi**, con una semplice analisi è possibile individuare, per la zona identificata sulla mappa digitale, i target del mailing. Oltre a quanto evidenziato sopra, lo strumento viene utilizzato **nell'analisi del mercato potenziale di una nuova filiale** ipotizzata in un settore della città dove la concorrenza risulta ancora non presente. Anche in questo caso i dati a disposizione sono pressoché gli stessi che precedentemente sono stati elencati.

Senza addentrarsi nei singoli utilizzi, possiamo elencare altre attività che possono essere implementate, con notevoli benefici, usando gli strumenti per il GeoMarketing: Customer Service, TeleMarketing, Analisi Mercato.

La banca dati proposta è sviluppata in Access, mentre il visualizzatore GIS porposto è ArcView X.X

Sono comunque valutabili anche l'utilizzo di altro tipo di SW.
La banca dati è integrabile, ampliabile e aggiornabile. Essendo collegata in maniera stretta con la cartografia di base Attraverso l'utilizzo di SW GIS è possibile accedere alla ricerca del dato sia attraverso la banca dati geografica, sia Attraverso la banca dati alfanumerica.