

# GEO MEDIA MKT<sup>®</sup>

Avanti. Un po' più avanti, avanti ancora...

## Ottimizzazione territoriale

L'ottimizzazione territoriale è da tempo l'ultima frontiera del marketing aziendale.

Grazie a quello che viene definito "geomarketing", oggi le aziende possono migliorare i risultati di vendita.

L'idea è molto semplice: per raggiungere migliori performance, in Italia è necessario ottenere il massimo in ciascuna zona del territorio.

## E la pubblicità?

Anche la pubblicità può ottenere risultati migliori attraverso un attento controllo delle aree e microaree del territorio.

Eppure molti non se ne sono accorti o ritengono più comodo ignorarlo.

## La vostra azienda sta attuando un'ottimizzazione territoriale della pubblicità?

Se questo è nelle vostre intenzioni ma non lo avete ancora fatto, se pensate che sia giunto il momento di ottimizzare anche gli investimenti pubblicitari, contattateci, siamo gli specialisti del geomarketing.

## Avete una distribuzione a macchia di leopardo?

Sono poche, anzi pochissime le imprese che oggi possono vantare una distribuzione omogenea su tutto il territorio nazionale e la pubblicità deve tenerne conto. OC&M studia la migliore pianificazione pubblicitaria possibile: quella che segue passo a passo la vostra distribuzione, senza disperdere investimenti nelle zone dove i vostri prodotti non sono ancora presenti.

## Un test può essere necessario

Oggi giorno fare una campagna pubblicitaria significa affrontare costi elevati.

A volte fare un test può aiutare a risparmiare, evitando errori che possono pesare sul conto economico dell'impresa.

Ma perché un test sia davvero efficace deve essere rappresentativo della realtà nazionale. OC&M lo sa, ed è per questo che ha realizzato un database che aiuta le aziende a realizzare test efficaci: perché prevede l'uso di mezzi "locali" solo se davvero rappresentativi della realtà nazionale.

## Avete realizzato campagne pubblicitarie che in alcune zone hanno avuto scarsi risultati?

Non c'è da stupirsi, anche le migliori campagne pubblicitarie non agiscono in modo omogeneo su tutte le regioni e le province italiane. Se volete controllare il risultato delle vostre campagne precedenti e, soprattutto, se volete intervenire per migliorarne i risultati chiamate OC&M. E' in questo che siamo specializzati e siamo lieti di poter essere d'aiuto anche alla vostra azienda.

- Dalla fine degli anni '80 ad oggi è progressivamente cresciuto l'interesse per l'ottimizzazione del business nelle aree e micro aree del territorio.
- Il processo, che può dirsi già avviato in diversi settori d'impresa (geomarketing), non è stato ancora adottato in modo sistematico nell'ambito degli investimenti pubblicitari.
- A questo tema è dedicato **GEOMEDIAMKT®**, il sistema di ottimizzazione territoriale degli investimenti pubblicitari, che consente una migliore gestione della pianificazione “media”.

## Alcune considerazioni

- **GEOMEDIAMKT®** nasce dall'esigenza di dare maggior rilievo alla realtà locale e di concepire il mercato nazionale come un insieme di microaree.
- Il territorio italiano - come quello di altri paesi della comunità europea (vedi dati Eurostat) - si presenta come un insieme di aree ad elevata variabilità. Tale caratteristica è riscontrabile non solo relativamente a ricchezza, propensione all'acquisto, cultura di consumo e penetrazione delle marche ma anche, naturalmente, per quanto attiene il consumo dei mezzi di comunicazione.
- Per ottimizzare la pianificazione si tratta dunque di invertire il processo di lavoro procedendo dal “locale” al “nazionale” e non dal nazionale al locale, ed utilizzando sempre tutta la rosa dei mezzi a disposizione (siano essi tradizionalmente e impropriamente definiti “nazionali” o “locali”).
- Il flusso di lavoro si svolge quindi effettuando verifiche dal micro al macro e non viceversa. Questa modalità di utilizzo, che presentava oggettive difficoltà di gestione ed era configurabile come “time-consuming”, è oggi perseguibile grazie alla creazione di un sistema ad hoc, **GEOMEDIAMKT®** appunto, di cui in questa sede presenteremo 3 diverse applicazioni.

**GEOMEDIA**MKT® è un sistema basato su 3 componenti:

1. Il database
2. Il software
3. Le applicazioni d'uso

## 1. Il database

Le informazioni contenute nel database sono relative a:

- **Mezzi**  
(periodici, quotidiani, tv, radio, esterna, cinema, internet ed altri cosiddetti “minori”)
- **Popolazione**  
(profilo socio-demografico e psico-grafico)
- **Distribuzione**  
(tutte le catene distributive)
- **Altro**  
(e cioè tutto quanto possa risultare rilevante ai fini di una migliore comprensione e pianificazione del territorio)

Le fonti sono diverse: per quanto concerne i media si tratta di tutte le ricerche ufficiali avallate dai più autorevoli organismi pubblicitari (Audipress, ADS, Audiradio, Auditel, etc.) assieme alle ricerche maggiormente utilizzate dal mercato (ISTAT, Sinottica Eurisko, etc). A queste si aggiungono le informazioni di classificazione veicoli reperite da OC&M, che consentono di catalogare al meglio i singoli supporti pubblicitari.

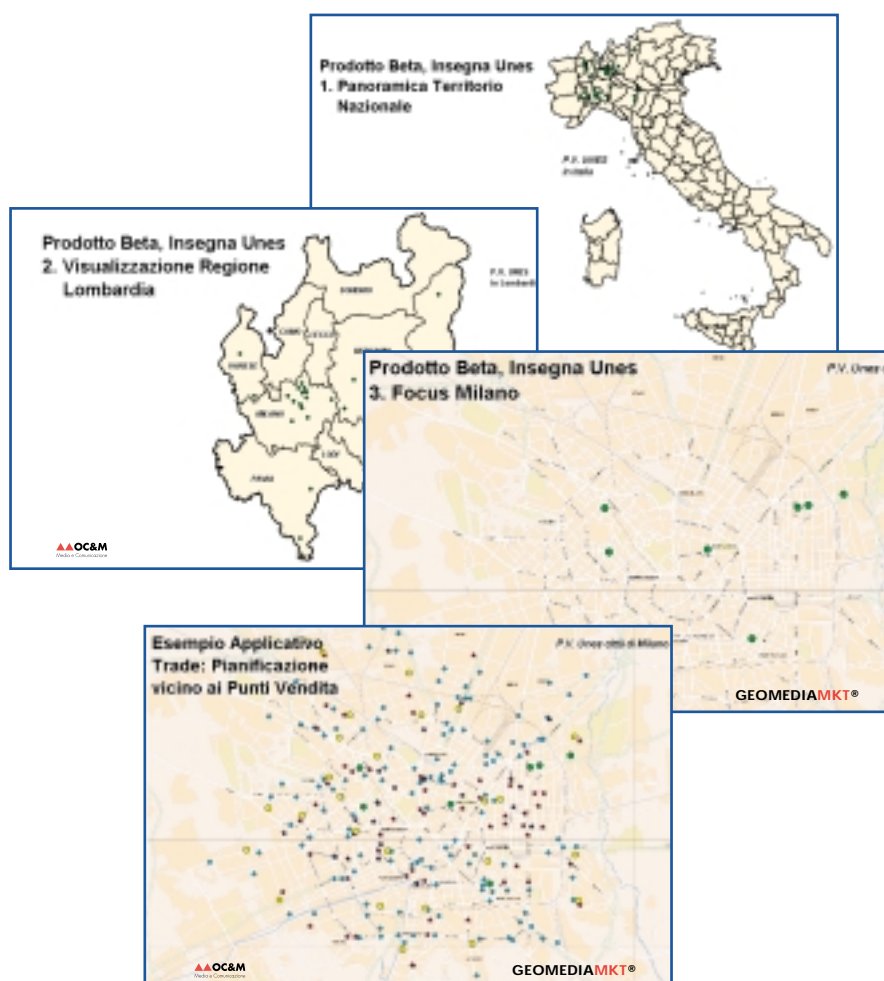
## 2. Il software

E' un software realizzato ad hoc da OC&M con gli stessi tecnici che anni fa hanno creato, e successivamente implementato, il sistema di geo-referenziazione degli impianti di pubblicità esterna.

Si tratta dunque di un sistema "rodato" per quanto concerne le modalità di utilizzo e interrogabile per:

- punti vendita GDO
- comuni
- provincie
- regioni
- aree nielsen

In alcuni casi (come per le affissioni e per altri media fortemente concentrati sul territorio) il sistema è flessibile sino al dettaglio della singola via e del numero civico.



## 3. Le applicazioni d'uso

Attualmente il sistema prevede 3 applicazioni d'uso.

La prima, denominata TRADE, riguarda l'utilizzo del sistema per ottimizzare la pianificazione in funzione della realtà distributiva.

La seconda applicazione, chiamata TEST, è specifica per la realizzazione delle aree-test.

La terza, chiamata NAZIONALE, viene utilizzata per rendere omogenee le pianificazioni di campagne che normalmente vengono definite "nazionali" e che, di fatto, presentano una pressione disomogenea sul territorio.

# COME FUNZIONA

Il sistema svolge 3 funzioni fondamentali:

## 1. Funzione Conoscitiva

Attraverso il sistema è possibile conoscere immediatamente lo sviluppo territoriale dei mezzi o veicoli, o di alcuni fenomeni economici e distributivi quali ad esempio la diffusione territoriale del mezzo radio in genere, la presenza della distribuzione in determinate zone, la distribuzione della ricchezza e così via.

## 2. Funzione Comparativa

Il sistema **GEOMEDIAMKT**<sup>®</sup> consente di confrontare fra loro fenomeni diversi come, per esempio, la distribuzione attuale di un prodotto e la copertura finale di un piano; o ancora, di comparare la distribuzione della ricchezza in Italia con la distribuzione territoriale di un mezzo/veicolo.

Il confronto avviene sia in termini grafici che numerici.

## 3. Funzione Operativa

Si tratta della funzione più utilizzata di **GEOMEDIAMKT**<sup>®</sup> e quella che ha generato i 3 diversi applicativi. Attraverso il sistema è infatti possibile pianificare in modo ottimale la pubblicità seguendo la distribuzione di una marca/prodotto, effettuare aree test efficaci o articolare in modo omogeneo campagne nazionali.

Il sistema **GEOMEDIAMKT®** è proprietà esclusiva di OC&M Media e Comunicazione, che lo utilizza per realizzare le pianificazioni media delle aziende che ne facciano richiesta.

Le modalità d'uso più frequenti, cui corrispondono le 3 principali applicazioni, sono:

1. Per una pianificazione pubblicitaria in linea con la copertura distributiva
2. Per Aree Test
3. Per ottimizzare campagne nazionali

### **Pianificazione pubblicitaria in linea con la copertura distributiva**

Questo tipo di applicazione è molto richiesta da aziende di medie e piccole dimensioni, ma ha forte valenza anche per le grandi imprese. L'applicazione privilegia la capacità di "mirare" i bacini d'utenza del/dei punti vendita e consente di non disperdere la comunicazione, evitando fenomeni di "copertura indesiderata".

Il flusso operativo prevede due modalità diverse:

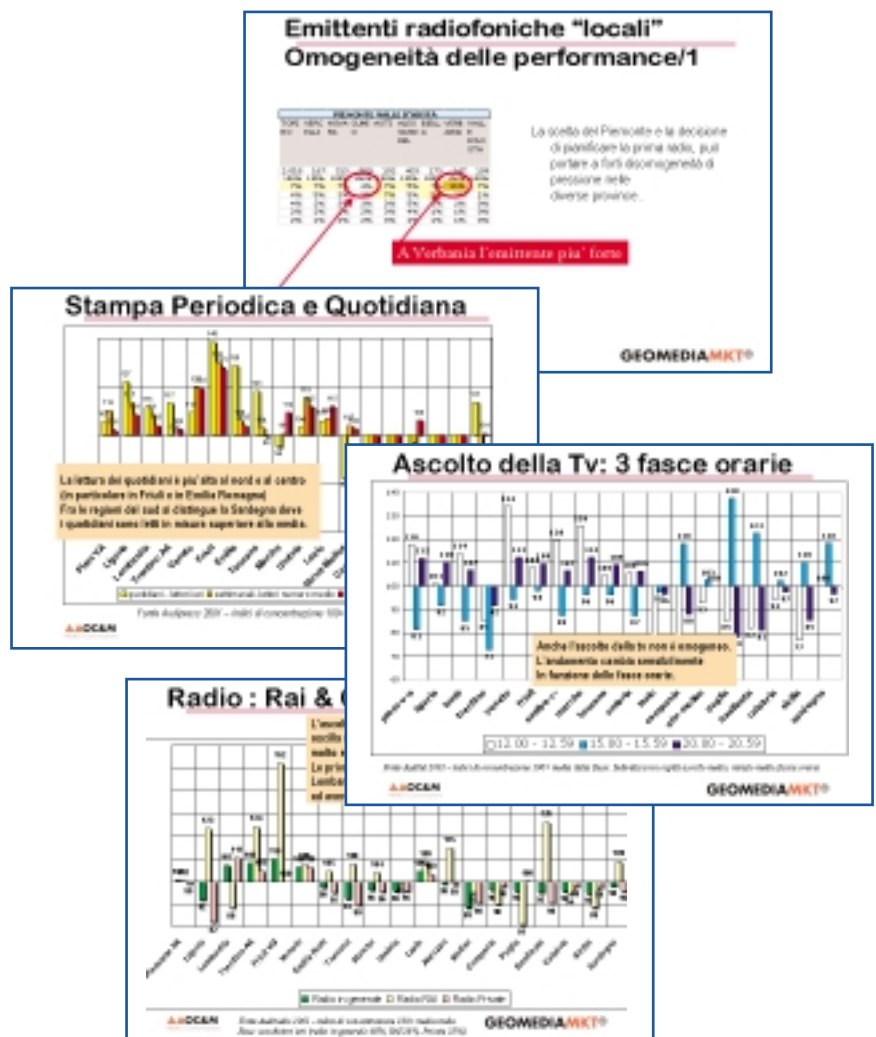
a) L'azienda comunica ad OC&M presso quali insegne è distribuito il prodotto. OC&M, grazie al proprio database, provvede autonomamente alla "mappatura" della distribuzione e procede direttamente alla proposta di pianificazione.

b) Nel caso di distribuzione "non organizzata" o di distribuzione mista, l'azienda fornisce ad OC&M l'elenco dei punti vendita non appartenenti alle insegne GD.

In questo caso il passaggio delle informazioni avviene attraverso un semplice file excel, in cui è sufficiente compilare i campi relativi a via, numero civico e comune o, nel caso che questi non fossero disponibili, indicando i codici di avviamento postale. I campi vengono quindi trasferiti nel database che consentirà ad OC&M di realizzare una mappatura "ad hoc", a seguito della quale si procede come nel caso "a".

Superato il primo step, OC&M procede ad estrapolare tutti i mezzi attivi nelle aree prescelte. La selezione avviene secondo il sistema della “piramide rovesciata”: i primi a comparire sono i veicoli che hanno copertura esclusiva nelle aree indicate, seguiti dai veicoli con area di influenza sempre più ampia.

Questo tipo di selezione consente una costruzione del media mix funzionale agli obiettivi di copertura territoriale oltre che, naturalmente, al target e agli obiettivi di comunicazione.



Il fattore critico di questa selezione è costituito dalle performance specifiche del mezzo nella microarea in questione. E’ noto infatti che nessun mezzo può vantare performance allineate in zone diverse, neppure se limitrofe.

E’ questo il caso delle affissioni, la cui efficacia dipende sì dalla qualità degli impianti, ma anche dal loro numero e dalla loro ubicazione. Città come Milano, Roma, Torino etc. vengono considerate ideali per l’affissione, mentre altre presentano risultati globali meno soddisfacenti (si consideri per esempio il caso del comune di Venezia che, come tutte le città d’arte, presenta scarsa penetrazione nel centro storico e quello della limitrofa Mestre, dove invece disponibilità e qualità di impianti è assai elevata).



## 1. Per tipologia d'azienda

**GEOMEDIAMKT®** è destinato a tutte le aziende utenti di pubblicità operanti in Italia.

Alle Grandi Aziende il sistema **GEOMEDIAMKT®** consente di:

- ridurre le dispersioni del budget pubblicitario
- ottenere una pressione pubblicitaria adeguata nelle aree a priorità strategica

Alla Piccola e Media Impresa (PMI) offre la possibilità di :

- articolare la copertura pubblicitaria in funzione dei punti di forza dell'azienda
- utilizzare la pubblicità in modo tattico per rafforzare il sistema distributivo

## 2. Per funzioni aziendali

### Per il Direttore Commerciale

Il sistema **GEOMEDIAMKT®** è in grado di:

- supportare le vendite, esercitando maggiore pressione pubblicitaria laddove è presente/più forte il sistema distributivo
- rafforzare la distribuzione, preparando un piano di presenza pubblicitaria nelle aree e microaree a maggiore potenziale
- seguire e sostenere azione tattiche promozionali mirate sul territorio

### Per il Direttore Marketing

Il sistema **GEOMEDIAMKT®** costituisce un valido aiuto per:

- articolare la campagna pubblicitaria in funzione delle potenzialità del mercato in ambito territoriale
- rafforzare la frequenza delle campagne pubblicitarie laddove il consumatore dimostri maggiore elasticità alle tecniche di fidelizzazione (loyalty)

### Per il Direttore Pubblicità

Il sistema **GEOMEDIAMKT®** è un supporto insostituibile per:

- ottimizzare le risorse economiche
- rendere più veloci i processi di rafforzamento delle campagne pubblicitarie a livello territoriale, sia a livello decisionale che in termini operativi

### Per l'Amministratore Delegato

Il sistema **GEOMEDIAMKT®** rappresenta uno strumento capace di migliorare il ritorno sugli investimenti della pubblicità e di far interagire meglio le funzioni commerciali con il marketing e la pubblicità

# POSSIAMO ESSERVI UTILI

## **Chi siamo**

Siamo un'Agenzia Media dalla struttura altamente specializzata. Crediamo nelle azioni mirate, attraverso l'impegno in prima persona di professionisti senior.

## **In che cosa possiamo esservi utili**

Siamo abituati ad ottimizzare le risorse disponibili per la pianificazione media. L'esperienza ci insegna che gli investimenti pubblicitari sembrano non bastare mai di fronte alle grandi sfide che il mercato impone oggi alle aziende. Se sentite l'esigenza di un'agenzia che affronti la pianificazione dei mezzi con creatività, se cercate qualcuno che vi aiuti a risolvere i problemi, provate a chiamarci: OC&M potrebbe essere la soluzione che fa per voi.

## Come la pensiamo

Flessibilità ed innovazione sono gli elementi che ci permettono di realizzare soluzioni personalizzate per ottenere una pianificazione mezzi efficace. Siamo convinti che nel mondo dei media non bastino informazione, metodo e tecnologia: servono anche pensiero, feeling ed emozione. Solo il pianificatore che sa coinvolgere sia i sensi che la mente del consumatore riuscirà a “fare centro”, conducendo per mano il destinatario della comunicazione sino al momento più importante: quello dell’acquisto finale.

## Le competenze OC&M

Chi si occupa di pianificazione mezzi svolge un lavoro articolato, fatto di tante specializzazioni diverse. I professionisti che lavorano in OC&M sono persone con anni di esperienza, maturata nelle seguenti aree :

- Media e marketing research
- Media information & analysis
- Media strategy
- Media planning
- Media buying
- Controllo
- Gestione amministrativa

## Una divisione specializzata:

### Outdoor Consulting & Management®

In OC&M è presente una divisione specializzata che si occupa da anni solo di pubblicità esterna. Ed è proprio grazie a questa lunga esperienza che sono stati messi a punto 3 diversi sistemi di pianificazione: Outdoorevent®, che consente di essere presenti nei punti più prestigiosi della città; TradeAffix®, per mirare il raggio di influenza di ogni singolo punto vendita; Ambientmedia®, soluzioni ad hoc per trasformare l’ambiente esterno od interno in media capaci d’imprimere nella mente del consumatore il messaggio che la brand ha inteso dare di sé.

## Tradizione e Innovazione

Oltre ai servizi di lunga e consolidata tradizione, OC&M ha messo a punto diversi strumenti innovativi, ognuno dei quali realizzato con un software esclusivo e seguito da addetti specializzati. L’ultimo nato è **GEOMEDIAMKT®**, frutto del lavoro di professionisti senior impegnati nel team guidato da Natale Accetta.

## Dove siamo

I nostri uffici sono in Via Boccaccio 27 a Milano. Per mettervi in contatto con noi potete telefonarci al numero. 02.46.92.981 oppure inviarci una e-mail all’indirizzo [info@ocmmedia.com](mailto:info@ocmmedia.com)

Per saperne di più sul nostro conto è possibile anche visitare il sito [www.ocmmedia.com](http://www.ocmmedia.com)

