

Mosaic Italy



Experian ha un'esperienza ventennale nella segmentazione della clientela ed è oggi uno tra i più accreditati fornitori al mondo di soluzioni di micro marketing.

Le soluzioni messe a punto da Experian in questo campo aiutano le aziende nell'acquisizione, nella gestione e nello sviluppo di fruttuose relazioni con i propri clienti.

Nell'ambito del micro marketing Experian ha creato uno tra i più potenti e completi strumenti di segmentazione presenti sul mercato: Mosaic.



Con informazioni su oltre un miliardo di consumatori, nelle sue varie versioni, Mosaic è utilizzato da più di 10.000 aziende in Australia, Cina (Beijing, Guangzhou, Shanghai), Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Hong Kong, Paesi Bassi, Nuova Zelanda, Norvegia, Irlanda, Spagna, Svezia, UK, USA.

L'Italia entra ora a far parte di questa serie di Paesi con un Mosaic specifico, tarato sulle caratteristiche della popolazione italiana e che si avvale di tutta l'esperienza accumulata a livello mondiale.

Obiettivi

Mosaic è un sofisticato strumento di segmentazione, in grado di fornire una rappresentazione completa delle dinamiche di consumo nel mercato italiano.

Mosaic impiega vaste risorse informative quali dati censuari e socioeconomici, integrate con potenti tecniche di modellazione per offrire una dettagliata classificazione della popolazione italiana. Il sistema viene utilizzato con diverse finalità: ad esempio può essere impiegato per identificare le caratteristiche dei

clienti di un particolare prodotto e sulla base di queste informazioni, identificare l'area geografica in cui sono presenti potenziali clienti con le stesse caratteristiche.

Caratteristiche

Mosaic Italy classifica la popolazione italiana in funzione delle 350.000 sezioni di censimento Istat, aggregandole in 47 tipi riconducibili a 12 gruppi.

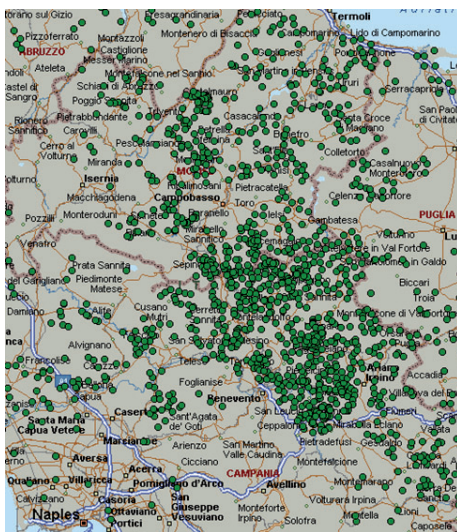
Per mettere a punto Mosaic Italy sono state circoscritte, studiate e selezionate centinaia di variabili con l'obiettivo di creare un modello in grado di fornire una classificazione che descrivesse la popolazione italiana ed i relativi trend di consumo, sulla base dei comportamenti prevalenti.

Con un'ampia gamma di applicazioni in numerosi settori, Mosaic è in grado di generare profili accurati, facilitando la ricerca e l'analisi in profondità nel mercato d'interesse.

Perché usare Mosaic:

1. Segmentare la base clienti:
 - Creazione profili socio demografici dei potenziali clienti.

Experian
 Via Carlo Pesenti, 121
 00156 Roma
 T: 06 454861
 F: 06 45486480
 E: direzione.clienti@experian.it
 www.experian.it



- Comparazione dei profili demografici dei clienti di una tipologia di bene/servizio, identificandone somiglianze e differenze.
- Associazione dei profili ai media più appropriati per investimenti pubblicitari più mirati.
- Analisi dell'evoluzione demografica di uno specifico bene nel tempo, compreso il pre e post lancio.
- Analisi della rete vendita attuale e futura in relazione alla presenza della propria clientela attuale e futura nel territorio.
- Generazione di azioni commerciali mirate sulle geografie di interesse per il bene /servizio che si vuole lanciare sul mercato.

Mosaic Italy: una scelta innovativa e sicura

2. Individuare i prospect con le migliori potenzialità:

- Comparazione dei profili demografici e sociologici degli acquirenti di differenti tipologie di articolo.
- Identificazione dei clienti target e comprensione del loro comportamento e delle loro propensioni, in relazione alla proprietà ed all'acquisto di beni.
- Creazione di modelli e indici di propensione all'acquisto al fine di migliorare la gestione della relazione con la clientela e l'individuazione di potenziali clienti.

3. Individuare l'attrattività commerciale di un punto vendita:

- Valutazione delle opportunità del punto vendita basate sulle caratteristiche del mercato di riferimento, in termini di potenziale e non solo di vendite registrate.
- Sviluppo di campagne di lancio mirate, in funzione dei prospect e della loro geografia.

- È il primo strumento al mondo nella profilazione dei clienti.
- Utilizzato da oltre 10.000 aziende per vendere meglio, a costi più bassi.
- Si avvale delle rinomate competenze statistiche di Experian.
- Testato su oltre 1 miliardo di consumatori.
- Impiegato ogni giorno da aziende di primaria importanza, tra cui: American Express, BMW, Carrefour Mobile, Citroen, Fiat, France Telecom, Mondial Assistance, Nissan, Sense Scotland, Toyota, Volkswagen.