

GEOINTELLIGENCE - *Pharma*

Come sviluppo / rilocalizzo una rete di farmacie?

- Quale è la migliore location in cui aprire una nuova farmacia?
- Quanto fatturerà la nuova farmacia?
- Che tipo di farmacia mi conviene aprire in una determinata zona?
- Quali sono i concorrenti più pericolosi nella zona in cui voglio aprire?
- Come rilocalizzo la mia farmacia esistente?
- In che modo riqualifico la mia farmacia?

Come definisco l'assortimento e realizzo campagne di comunicazione?

- Quale è il bacino di attrazione della mia farmacia?
- Che tipo di clientela abita nel mio bacino?
- Come definisco l'assortimento adeguato alle esigenze del mio bacino di mercato?
- Quali sono i segmenti di clienti e prospect più interessanti?
- In quali zone effettuare campagne di marketing?

La soluzione per:

- **Sviluppare una strategia commerciale e di marketing*** ad hoc per lo sviluppo e la gestione della propria rete di farmacie
- **Localizzare** facilmente le proprie **farmacie** e i propri **clienti**
- **Ottimizzare le politiche di prezzo, promozione e assortimento** in base alle peculiarità del bacino di mercato
- **Mirare e ottimizzare** l'investimento per le **campagne di marketing***
- **Ottimizzare l'assortimento** in funzione del potenziale di mercato e della concorrenza
- **Stimare il fatturato** di ogni nuova apertura
- **Definire dove abita il target** più interessante per la farmacia
- **Localizzare i concorrenti** e **stimare le quote di mercato**
- **Estrarre le vie e le zone migliori per campagne di marketing***

Cluster POLIS	BACINO		Comune	Italia
	500 m	1000 m		
Totale	100%	100%	100%	100%
Urbano "up"- Benessere alto-borghese	0,0%	0,0%	0,0%	5,0%
Urbano "bene"- Carriere metropolitane	0,0%	0,0%	0,0%	11,4%
Nuova periferia - Periferia rampante	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%
Aree operose - Tribù Urbane	56,2%	35,2%	29,3%	13,9%
REDDITO MEDIA ITALIA				
Vecchia periferia	41,8%	32,1%	14,8%	9,7%
Zone operaie - Lavoro Operaio	0,0%	32,8%	53,2%	20,6%
Aree popolari - Disagio Popolare	0,0%	0,0%	0,0%	17,1%
Disagio urbano - Precarietà Cittadina	0,0%	0,0%	0,0%	6,3%
Turismo - Entertainment	0,0%	0,0%	0,3%	3,2%
Aree che si spopolano	0,0%	0,0%	1,4%	6,4%
Zone agricole - Tribù Rurali	0,0%	0,0%	1,0%	3,9%

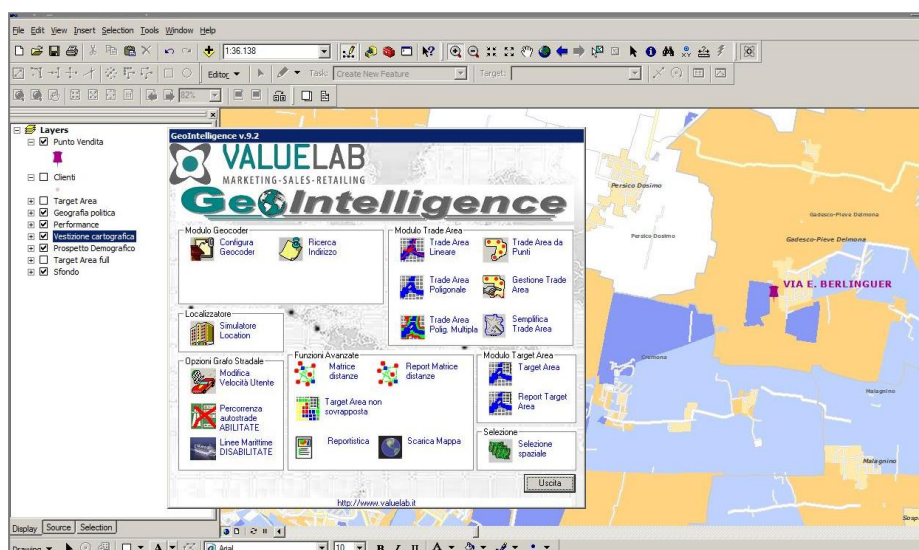
Nota: in verde sono evidenziati i cluster più presenti nel bacino

Fonte: elaborazione Value Lab



La soluzione GeoIntelligence - Pharma

- **E' una soluzione di Geomarketing** disponibile in versione desktop o web-based
- **Gestisce banche dati cartografiche** fino a via e numero civico
- **Integra molteplici indicatori** di ricchezza, consumo, stile di vita, punti di interesse, farmacie, parafarmacie, erboristerie, profumerie, supermercati, ecc.
- **Effettua la localizzazione geografica** della farmacia analizzandone le potenzialità
- **Definisce il bacino di attrazione** della farmacia (estensione in metri, minuti a piedi o minuti in auto)
- **Analizza le informazioni relative al bacino di attrazione** e permette di creare report relativi ai dati esaminati
- **Crea layout di stampa e report di analisi** mediante estrazione dei dati a livello di trade area, comune, CAP o provincia
- **Permette di salvare e recuperare velocemente tutte le analisi svolte**



Le Banche Dati di GeoIntelligence - Pharma

Dati Socio-Demografici

Età e sesso
Livello di istruzione
Professione
Famiglie per numero di componenti
Residenti proprietà/affitto
Day & night population
Stili di vita (cluster POLIS)
Reddito, consumi e risparmio
Abitazioni per tipologia/anno di costruzione

Dati Cartografici

Sezioni di censimento
Comune, CAP, province e regioni
Ilotipi* (cartografia proprietaria VALUE LAB)
Mix residenziale/business
Vie commerciali e del lusso

*aggregazioni omogenee di sezioni di censimento limitrofe per la gestione del door to door

Dati di Business

Farmacie
Profumerie
Cosmetica
Supermercati e ipermercati
Centri commerciali
Sportelli postali, bancari e altri attrattori
Categorie merceologiche ad hoc