



EUE 2011

9º Encontro de Utilizadores Esri Portugal

Visão Unívoca

2 e 3 de Março de 2011 • Centro de Congressos de Lisboa



esri Portugal

Geomarketing

Expansão e Desenvolvimento de Negócio

Luis Pera

Tiago Paulino

Marco Viana



EUE 2011

9º Encontro de Utilizadores Esri Portugal

Visão Unívoca



esri Portugal

Agenda

- Introdução
 - Conceitos Gerais
 - Orientação ao Negócio
 - Valor Acrescentado do Geomarketing
- Gerir Forças de Vendas
- Planear e Expandir a Rede de Negócios
- Analisar a Oferta e Retorno de Investimento
- Casos de Referência

INTRODUÇÃO

Conceitos Gerais

Geomarketing...

...conjunto de técnicas que visam a integração e modelação dos processos de negócio, através de ferramentas de inteligência geográfica.

Aplicado à actividade de Marketing, permite adaptar os respectivos modelos à realidade territorial dos mercados, facilitando a análise do comportamento das variáveis críticas de negócio, através da sua representação em mapas.



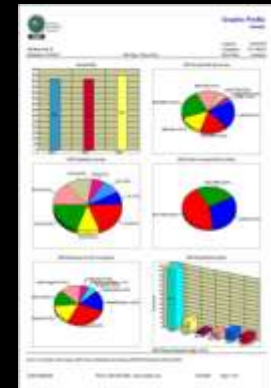
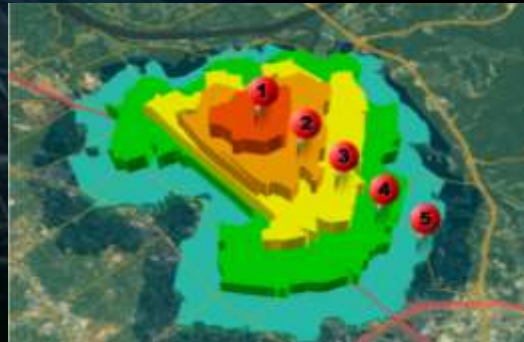
Questões de Negócio

- Onde estão os pontos de vendas e como estão distribuídos?
- Onde está a minha concorrência?
- Onde estou a facturar mais?
- Onde estou a perder clientes?
- Quais as regiões de maior potencial de negócio?
- Para onde devo dirigir as minhas acções de vendas e de que forma?
- Existem tendências geográficas para o consumo de determinados bens e/ou serviços?
- Estarão as minhas equipas comerciais a actuar da forma mais eficaz?
- Estará a distribuição da minha força de vendas o mais optimizada possível?



Valor Acrescentado do Geomarketing

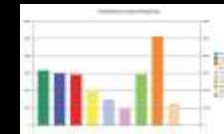
- Conhecer melhor o mercado através de uma melhor percepção da distribuição espacial dos consumidores;
- Identificar e determinar quais os locais com maior potencial de consumo para determinados produtos ou serviços;
- Potenciar o desempenho das acções de marketing através da adaptação de um marketing-mix mais adequado a cada segmento de mercado;
- Perceber padrões de consumo de bens e serviços...
...maior eficiência no processo de tomada de decisão.



GERIR FORÇAS DE VENDAS

Optimizar Territórios de Vendas e Planear Actividade Comercial

- Definir Áreas de Actuação Comercial
- Definir de forma Equilibrada de Objectivos Comerciais
- Optimizar o Processo de Venda
 - Definição de Prioridades em Função do Potencial de Venda
- Principais Benefícios
 - Redução dos Custos Operacionais
 - Menos Tempo na Estrada e Mais Tempo nos Clientes;
 - Melhoria Continua do Processo de Venda
 - Melhor Percepção do Potencial de Expansão de Negócio

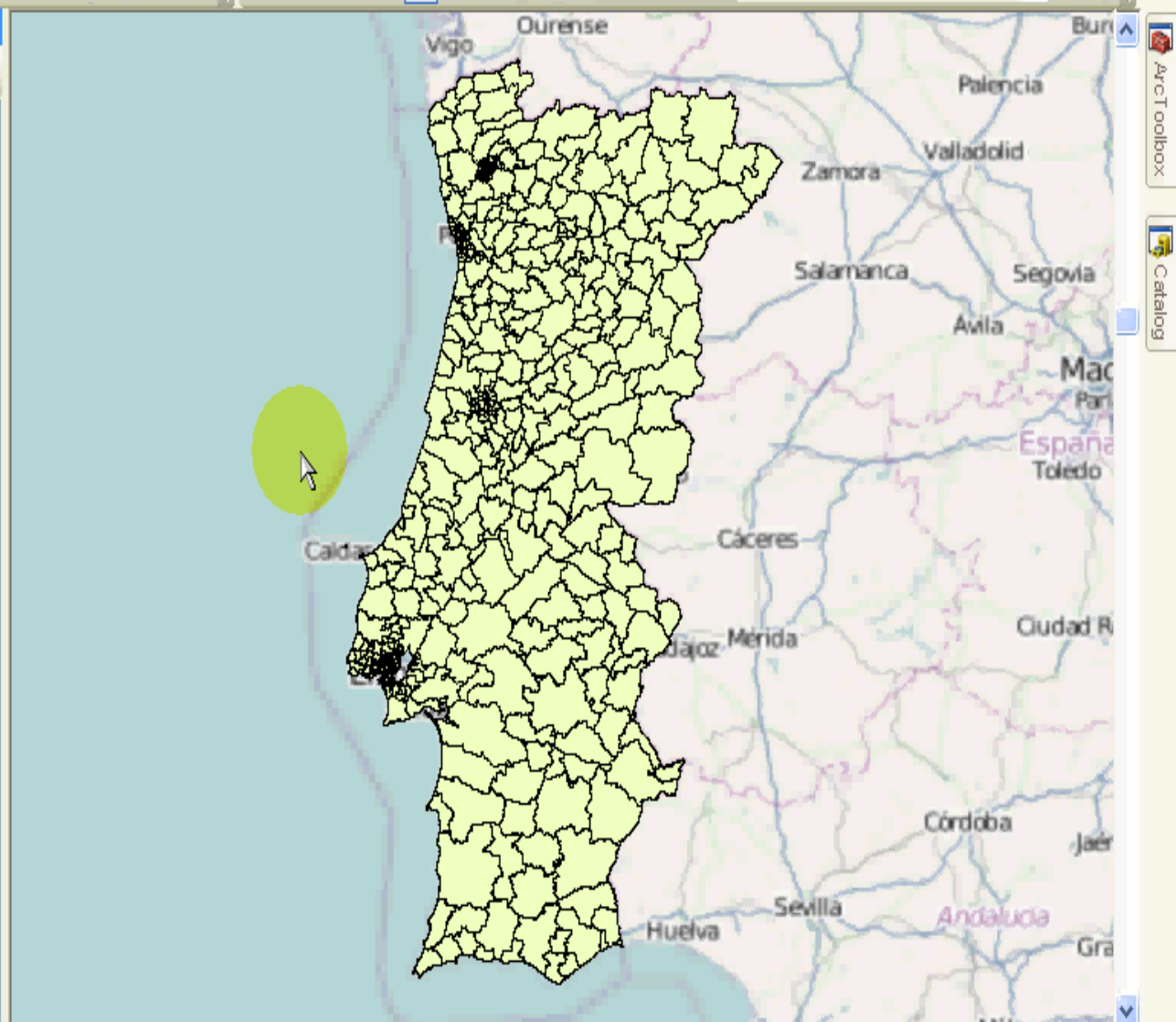


Demonstração

Optimizar Territórios de Vendas

Table Of Contents

- Clientes
- Constraints
- Territories and Levels
 - Centers of Territories
 - Level of Territories
 - Territories
 - Territory 1
 - Territory 2
 - Territory 3
 - Territory 4
 - Territory 5
 - Territory 6
 - Territory 7
 - Territory 8
 - Territory 9
 - Territory 10
 - Territory 11
 - Territory 12
 - Territory 13
 - Territory 14
 - Territory 15
 - Territory 16
 - Territory 17
 - Territory 18

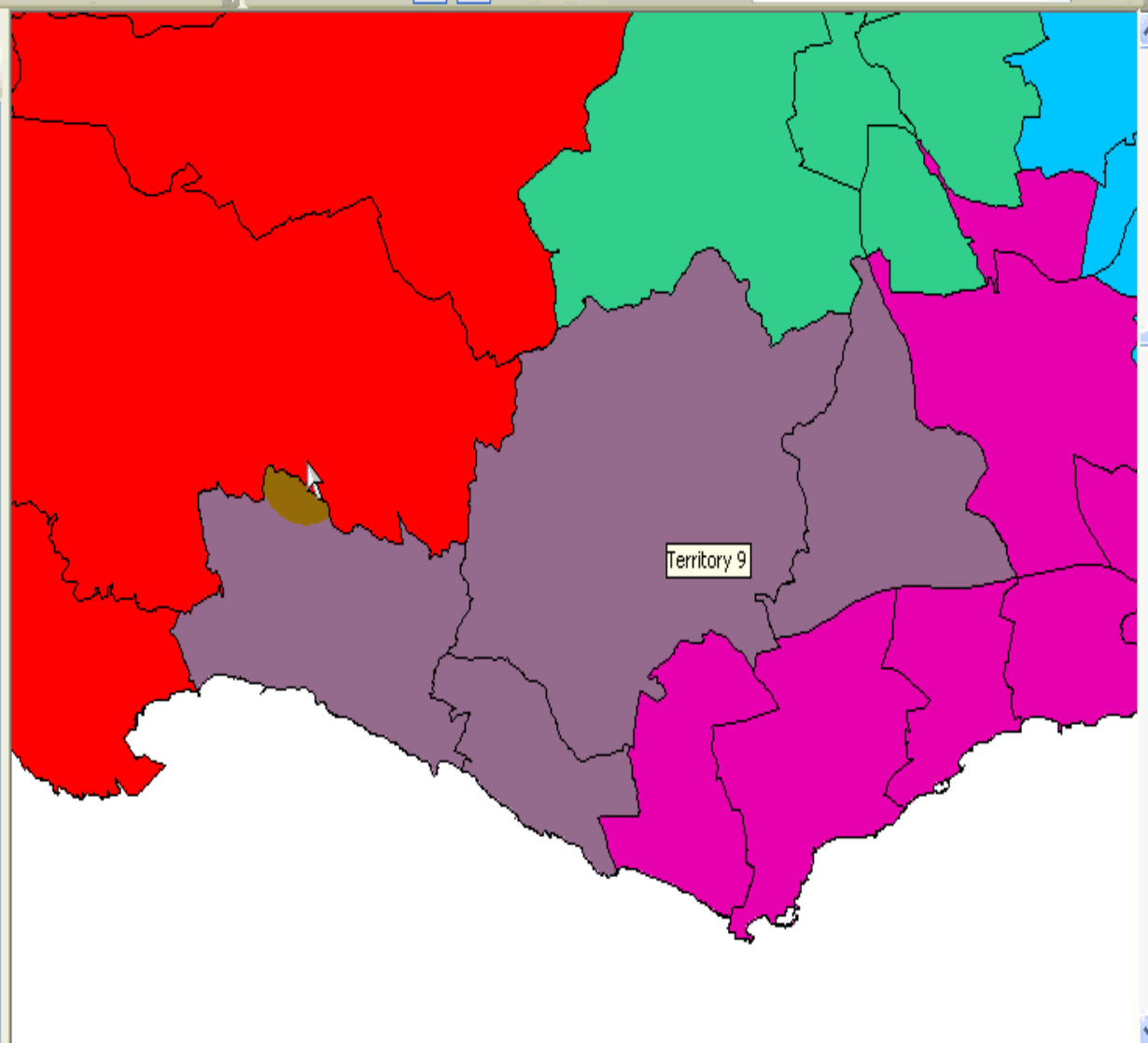


Demonstração

Planear Actividade de Vendas

Table Of Contents

- Layers
 - Clientes_Rotas
 - ◆
 - Visitas a Clientes
 - Customers
 - ◆
 - Redes_ND
 - Edges
 - Territory EUE
 - Seed Points
 - Clientes
 -
 - Constraints
 - Territories and Levels
 - Centers of Territories
 -
 - Level of Territories
 - Alignment Layer
 - Territory EUE 2.Territory_polygons
 -
 - Business Analyst Network Barriers
 - Territory_polygons
 -
 - Basemap
 - OpenStreetMap



PLANEAR E EXPANDIR A REDE DE NEGÓCIOS

Gestão da Expansão da Rede

- Verificar qual a cobertura da rede comercial
- Seleccionar o melhor local para abrir um novo ponto de venda
- Maximizar a oferta em relação à procura
- Análise da Concorrência
- Potenciar o aumento da quota de mercado

Solução: Location – Allocation

- Análise e resolução de 6 tipos de questões:
 - Minimizar obstáculos
 - Maximizar cobertura
 - Minimizar balcões/lojas
 - Maximizar presença
 - Maximizar quota de mercado
 - Atingir um objectivo de quota de mercado



Demonstração

Optimização da Rede de Lojas

Table Of Contents

- Temas
 - Location-Allocation
 - Postos de Venda
 - Candidatos
 - Concorrência
 - Freguesias de Lisboa
 - NDataset
 - Basemap



Network Analyst

Location-Allocation

- Facilities (0)
- Demand Points (0)**
- Lines (0)
- Point Barriers (0)
- Restriction (0)
- Added Cost (0)
- Line Barriers (0)
- Restriction (0)
- Scaled Cost (0)
- Polygon Barriers (0)
- Restriction (0)

ANALISAR A OFERTA E RETORNO DE INVESTIMENTO

Processo de Análise da Viabilidade

- Atraso na qualificação do negócio
 - Ausência da informação agregada
 - A área comercial tem dificuldades no acesso à informação
 - A necessidade de visitas ao terreno
 - ...

**Processo decorre sem ter em conta a
Localização!!**

Disponibilidade de Serviço

- Consulta da Oferta e Tipologia de Serviços Existentes
- Elaboração de Cenários *What-If* sobre a Infra-Estrutura
- Análise de Investimento face ao Retorno Esperado (*ROI*)
- Time-to-Market mais Eficiente

Demonstração

Análise da Viabilidade de Instalação de um Serviço



Fiber Service Qualification

Powered by ArcGIS Server

Input Customer Details

Name:

Tel #:

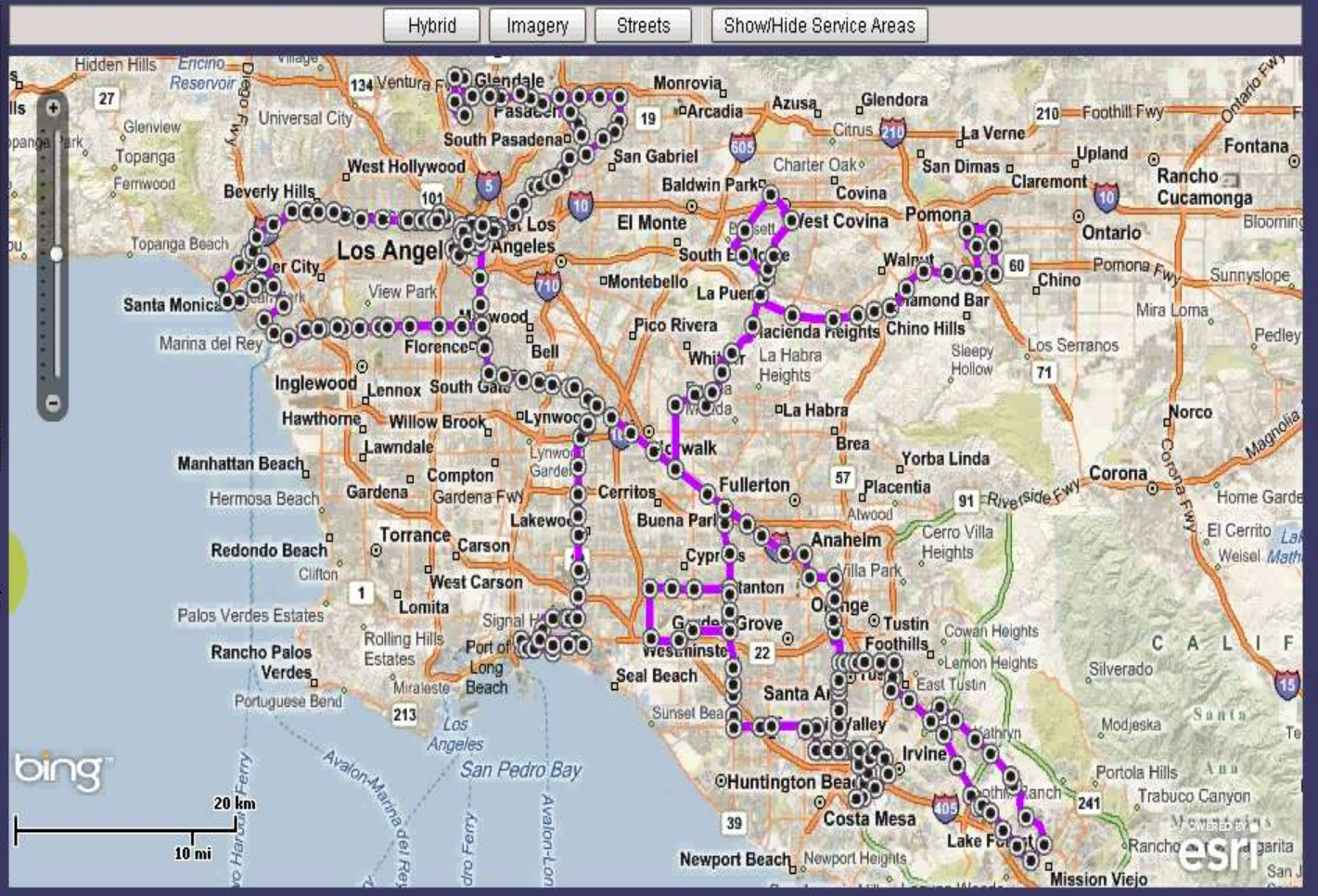
Address:

City:

State:

Zip:

e.g 13800 Biola Ave, La Mirada, CA, 90638

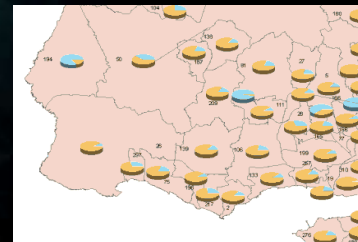
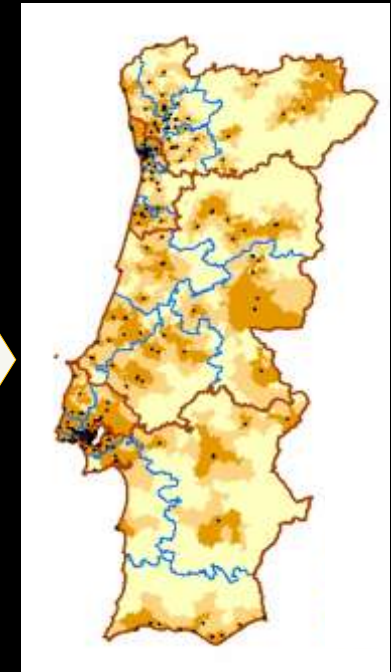
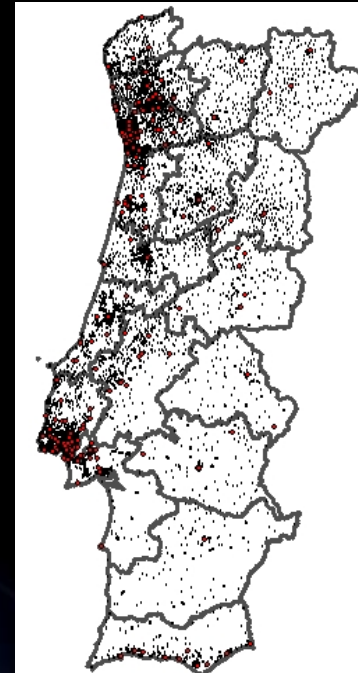


CASOS DE REFERÊNCIA

Montepio Geral



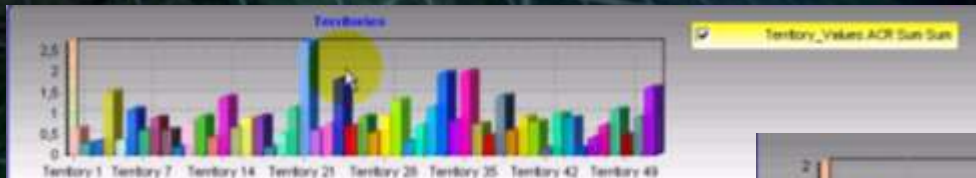
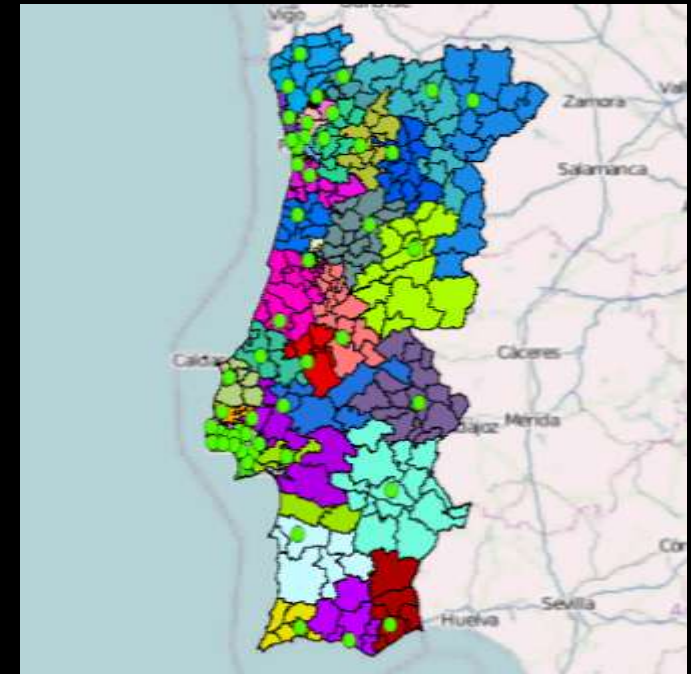
- **Expansão e Optimização da Rede de Balcões**
 - Apoiar na definição da estratégia de expansão da rede de balcões;
- **Análise e Detecção de Negócio Potencial**
 - Locais de maior potencial para o desenvolvimento de negócio;
- **Definição de Objectivos Comerciais Agência-a-Agência**
 - Com base no potencial da área de influência da agência, definir objectivos reais para cada uma das agências;
- **Marketing Directo**
 - Determinar a melhor forma de comunicar os seus produtos e serviços aos vários segmentos de mercado;



Tabaqueira



- **Representação Geográfica dos Pontos de Venda**
 - Pontos de Venda
 - Vending Machines
 - Grossistas
- **Gestão de Territórios de Vendas**
- **Elaboração de cenários *What-if***
- **Indicadores Estatísticos e Operacionais**
 - Allocated Capacity Ratio
 - Category MIX
 - Visit rotation



Telecomunicações



- Análise da Cobertura da Rede
- Estudo do Potencial de Clientes
- Apoio à Expansão da Rede

Referências Internacionais

- Geomarketing



Bouygues Telecom – Telecom (France)

- Projecto
 - Geoview, partilhar e democratizar o acesso à informação geográfica através do SIG Empresarial
- Resultados
 - Optimização do investimento
 - Análise do perfil do cliente por áreas
 - Análise o potencial das lojas
 - Explorar o potencial de uma nova localização
 - Análise dos canais de distribuição



ORANGE Telecom (Austria)



- Projecto
 - Migração de vários componentes SIG numa só plataforma SIG
- Resultados
 - Ferramenta essencial para o serviço de Apoio ao Cliente , como para as próprias lojas.
 - Informação detalhada sobre os tipos de serviços disponíveis no país



- Projecto
 - Portal SIG para as instituições financeiras monitorizarem os eventos naturais ocorridos e impactos nos seus portfólios
- Resultados
 - Maior rapidez na avaliação dos estragos e iniciar a reconstrução;
 - Melhor avaliação dos riscos com base no histórico de catástrofes;

FCS-America – Financeiro (USA)

- Projecto
 - SIG empresarial para integrar toda informação geográfica e apoiar nas avaliações das propriedades
- Resultados
 - Aumento da produtividade da equipa das avaliações em 25%;
 - Melhoria das condições de trabalho dos avaliadores no terreno;
 - Eliminação da repetição da entrada de dados



Archer Daniels Midland - Industria (USA)

- Projecto
 - SIG Empresarial para suportar os processos de negócio, análise da origem , optimização do transporte, destinos e análises de vendas & marketing
- Resultados
 - Selecção e localização de instalações;
 - Análise e gestão de situações de emergência com as autoridades, clientes e logistica;
 - Gestão mais eficiente da informação de apoio às operações diárias;



Bergens Tidende – Media (Norway)

The logo for Bergens Tidende, featuring the name in a stylized, gothic-style font with a crown-like symbol between the words.The logo for KUNDESENTER, consisting of the word in a bold, sans-serif font on an orange rectangular background.

- Projecto

- Recolha de todo o conhecimento geográfico distribuído por vários departamentos (Distribuição, Apoio ao Cliente, etc);
- Usar esta informação no planeamento, análise do negócio e na interacção com os clientes;

- Resultados

- Optimização das rotas e redução nos custos de distribuição.
- Informação sobre os clientes e melhorar a cobertura comercial da distribuição do Jornal

The Washington Times

- Projecto
 - Aumentar a subscrição do jornal
- Resultados
 - Aumento das receitas de publicidade;
 - Mensagem direccionada ao público alvo
 - Melhoria na coordenação das campanhas

Obrigado!!!



EUE 2011

9º Encontro de Utilizadores Esri Portugal

Visão Unívoca



esri Portugal