

# HYDROVELA

LA RISPOSTA INNOVATIVA, MODULARE, MULTIPIATTAFORMA E MULTIAZIENDALE PER LE AZIENDE DEL SETTORE IDROTERMOSANITARIO.

NR. 4

## GEOMARKETING: Visualizzare, Analizzare, Decidere

Il Geomarketing non è solo uno strumento di marketing ma un nuovo modo di lavorare, un approccio diverso e più semplice di vedere dati e di confrontare informazioni di fonte diversa, introducendo la variabile territorio nel processo decisionale.

Infatti questa nuova metodologia, che prende anche il nome di **GeoBusiness**, sfrutta la componente territoriale per effettuare analisi che i tradizionali strumenti di valutazione non consentono: integrando i dati di potenzialità del territorio con quelli di performance dell'azienda e dei suoi concorrenti rappresenta gli stessi su mappe geografiche.



Indispensabile per tutte le **aziende idrotermosanitarie** che **producono, commercializzano, distribuiscono** prodotti sul territorio, questo nuovo orientamento, con l'aiuto dei sistemi informativi necessari ed integrato a **HydroVela**, costituisce un'ottima soluzione per lo studio degli aspetti ambientali e socio-economici del territorio e del mercato, per la pianificazione, la gestione ed il monitoraggio delle attività.

Infatti è in grado di rispondere alle diffuse necessità di ottimizzazione della **logistica** e della **rete distributiva**, di monitoraggio della **rete commerciale**, di gestione delle flotte, di individuazione del **mercato potenziale** vs reale e della **concorrenza**, di produzione di report di sintesi e di verifica delle attività svolte.

## Vantaggi

- riduzione dei costi della vendita;
- ottimizzazione dei costi di gestione della clientela;
- monitoraggio dei consumi dei singoli clienti;
- identificazione e visualizzazione sovrapposizioni, buchi di copertura, fatturati sotto/sopra target;
- razionalizzazione degli spostamenti della rete vendita sull'area assegnata in funzione della collocazione dei clienti attuali e/o di quelli potenziali;
- definizione delle politiche di prezzo e della scontistica per linee di prodotto, per area geografica e per cliente;
- verifica delle zone coperte dalla rete vendita rispetto al bacino "naturale" della stessa;
- rilevazione dei prezzi (o altre informazioni) di ogni singolo concorrente e/o cliente potenziale o effettivo;
- suddivisione delle zone agenti e/o dei Punti Vendita;
- analisi della redditività della forza vendita per canale, area, cliente, prodotto o altro;
- identificazione e visualizzazione dei propri clienti, di quelli potenziali, di quelli della concorrenza;
- identificazione della concorrenza per ogni singolo cliente;
- identificazione e visualizzazione degli "appuntamento" per la rete vendita.



**Vuoi saperne di più? Partecipa all'evento**

**L' Information Technology per il settore IdroTermoSanitario**

Verona 3 Marzo 2009 Sede Datasys Via Garbini, 15  
Milano 11 Marzo 2009 Sede Datasys Viale Lunigiana, 46

I NOSTRI SPECIALISTI SONO DISPONIBILI A FAR CONOSCERE HYDROVELA DIMOSTRANDONE L'EFFICACIA IN QUALSIASI ORGANIZZAZIONE CHE OPERA NEL SETTORE IDROTERMOSANITARIO (riscaldamento, condizionamento, sistemi idromassaggio, saune, sanitari, rubinetteria)

PER ULTERIORI INFORMAZIONI E PER LE ISCRIZIONI AGLI EVENTI DI VERONA E MILANO CHIAMARE IL NR. 02/ 677.335.452 OPPURE INVIARE MAIL A [MARKETING@DATASYS.IT](mailto:MARKETING@DATASYS.IT)