

## Septembrie 2013

### Geo Strategies & Experian lansează actualizarea Mosaic și Micromarketer

*Mosaic este segmentarea cea mai utilizată pe plan global pentru înțelegerea populației; mii de organizații comerciale, guvernamentale și non-profit folosesc Mosaic pentru înțelegerea mai temeinică a piețelor, comportamentelor și stilului de viață al consumatorilor. Mosaic România este utilizat pentru a clasifica, analiza și targeta consumatorii într-un mod măsurabil și organizat, la nivel de segment de stradă și cod poștal. Este utilizat ca un instrument cheie în target marketing - pentru comunicare relevantă cu clienții și prospecții, recrutarea celor potriviți, marketing local și planificarea rețelelor de retail.*

*Micromarketer România 2013 oferă acces la tehnologia de ultima oră în analiza geografică integrată, construită cu cele mai detaliate informații Geo Strategies despre piața românească: demografia consumatorilor, date despre zone locale, informație de retail, zone de analiză și hărți digitale cu nivele granulare de informație.*

*Micromarketer este utilizat de brand-uri pentru o cunoaștere mai cuprinzătoare și în detaliu a potențialului pieții și în sprijinul marketing-ului mai informat. Sistemul a permis, de asemenea, evaluarea, re-organizarea și implementarea unor rețele semnificative de retail.*

Actualizarea 2013 evidențiază detalii de profunzime referitoare la patru mari **tendențe** din societatea românească:

- Caracteristicile geo-demografice ale **Generației Y**
- Legătura dintre zonele de **creștere urbană**, anumite segmente economice și propensitatea pentru emigrare
- Consecvența în distribuția grupelor demografice care constituie **motorul economiei**
- Clustere de **îmbătrânire alarmantă**

Cel mai semnificativ aspect evidențiat de versiunea 2013 este reducerea substanțială în numărul populației (subiect mult dezbătut); actualizările lansate evidențiază, îndeosebi, reducerea grupurilor Mosaic C și D ca urmare și a **emigrării tinerei clasei mijlocii educate dar și a populației cu meserii**.

Pe de altă parte, **grupurile socio-demografice superioare (respectiv high achievers maturi) sunt mult mai stabili**. Cei cu venituri mai ridicate din grupurile Mosaic A și B – și, mai important, oamenii de decizie sunt mult mai stabili în România.

Pe ansamblu, se observă ca **nivelele medii de educație sunt în descreștere** întrucât o secțiune semnificativă a tineretului educat continuă să se re-localizeze.

Mosaic urmărește și raportează tendințele demografice la nivel de cod poștal: aceasta înseamnă chiar și la nivel de blocuri individuale pentru București și alte orașe mari.

# Release News

## Ce înseamnă actualizările 2013 pentru brand-uri și administrație?

*Notă: Este important să ne re-amintim că Mosaic nu este bazat pe cercetare de piață limitată la o selecție de populație; segmentarea geo-demografică este construită pe cifre din recensământ și din alte date (aproximativ 300 variabile) care acoperă toată populația, din fiecare localitate, din întreaga țară.*

### Geo-demografia Generației Y

Actualizările din anul 2013 scot în evidență concentrările de populație de 15-30 ani și penetrarea fiecărui segment socio-economic în aceste cluster, atât la nivel de județ cât și la nivel de stradă. Datele locale despre segmentele cu propensitate mare de emigrare aduc un plus de înțelegere și insight. Această informație integrată permite brand-urilor să înțeleagă și să abordeze consumatorii-țintă într-un mod mult mai relevant și măsurabil; în esență, cu Mosaic și Micromarketer aceste cluster sunt identificate și cuantificate cu precizie.

### Creșterea urbană se corelează cu educația, dar și cu aspirațiile de emigrare

Mosaic și Micromarketer ajută brand-urile să identifice cluster vitale pentru creștere prin evidențierea inter-relaționării educației și a puterii de cumpărare, indiferent de vârstă. Unde datele din Mosaic și Micromarketer sunt combinate cu datele interne ale brand-ului, se pot genera profile mai bine definite de client și, ca urmare, se obțin eficiențări considerabile de costuri.

### Locațiile-cheie ale populației care constituie motorul economic

Codificarea cu Mosaic permite cunoașterea compoziției socio-economice a populației care constituie motorul economic al țării; rezultatul oferă o imagine obiectivă asupra potențialului de dezvoltare pentru fiecare brand indiferent de industria căreia îi aparține. Nu toate localitățile cu populații mari de 'vârsta de muncă' sunt de targetat, cu orice preț, de fiecare brand. Anumite segmente trebuie localizate indiferent de costuri, pe când alte segmente sunt mai propice pentru cross-sell și up-sell. Mosaic și Micromarketer ajută cu ajustarea de finețe a strategiei de client.

### Înțelegerea geo-demografiei emigranților

Zicala 'Cine se aseamăna se adună' este la fel de relevantă și în cazul emigranților. Cunoașterea segmentelor cu propensitate la emigrare permite atât brandurilor cât și administrației să angajeze un dialog sustenabil cu aceste segmente. Veștile nu sunt întotdeauna proaste întrucât populația cu propensitate pentru emigrare are și predilecție de a influența opinii pe diferite canale și de a deveni 'brand advocates', oriunde aceștia aleg să trăiască.

### Sumar

Aplicațiile pentru care clienții folosesc Mosaic și Micromarketer România indică un nou contingent de organizații care au atitudine progresistă în ceea ce privește valoarea adăugată de datele interne (ale brand-ului) când sunt îmbogățite și operaționalizate cu datele externe (Mosaic și Micromarketer). Aceste organizații își ajustează dezvoltările de produse și ofertele la climatul socio-demografic în schimbare și la tendințele economice actuale.

Actualizările lansate în 2013 sunt ancorate într-o gamă extinsă de surse de date și informație proprietară despre populația României – cu scopul de a genera o înțelegere actualizată a valorii segmentelor de clienți dar și a zonelor locale. Această cunoaștere vine în sprijinul programelor de 'customer engagement' și a unor rezultate mai bune.

# Release News

Actualizarea 2013 include și un nou e-Handbook, cu vizualizare nouă și peste 70 noi linii de date descriptive despre stilul de viață.

## Alte noi dezvoltări

Dezvoltările pentru piața românească includ și alte noi produse de informație centrate pe **Indicatori de bunăstare**, oferind o segmentare acționabilă, conectată la date oficiale și aplicabilă oriunde în România.

**SMARTaddress** este un sistem de standardizare și geocodificare a datelor de contact din baze de date corporatiste; rezultatul procesării contribuie la adăugarea de valoare în datele din CRM, Data Warehouses, Single Customer View, pentru aplicații de Business Intelligence și activități similare.

**Cross-channel marketing** (CCMP) este o platformă de cloud software pentru administrarea comunicării unui brand cu clienții săi, indiferent de canalul preferat de aceștia. Permite management de campanie și comunicare în timp real.

**Daniela Florea**, CEO Geo Strategies (și Experian Marketing Services pentru România) spune:

*“Mosaic și Micromarketer România sunt la a 7-a actualizare anuală; aceasta re-confirmă rolul strategic pe care aceste unelte de informație le au pentru clienții noștri – de la înțelegerea mai bună a propriilor clienți, alegerea comunicării și a canalelor relevante pentru aceștia, la identificarea și măsurarea cu o ‘monedă unică’ a zonelor de potențial.*

*Actualizările 2013 înglobează dezvoltări continue și regulate și reprezintă o investiție majoră pentru Geo Strategies și Experian. Organizațiile smart din România care folosesc tot mai mult atât datele interne cât și datele externe (din Mosaic și Micromarketer) au de-blocat potențialul propriu pentru analiză adăugând valoare business-ului și, la fel de important, creând valoare pentru acei clienți pe care îi deserveșc la rândul lor și cu care construiesc relații pe termen lung”.*

**Copyright © 2013 Geo Strategies, Experian and subject to terms of use**

**Pentru informații suplimentare contactati:**

### **Daniela Florea**

CEO, Geo Strategies Ltd, St John’s Innovation Centre Cowley Road, Cambridge CB4 0WS, United Kingdom.

Tel: +44 (0)1223 205080

Mobil: +40 (0)722 244 940

+44 (0)778 0660763

E: [daniela.florea@geo-strategies.com](mailto:daniela.florea@geo-strategies.com)