

Stima del bacino di attrazione commerciale di un punto vendita



BACINO DI ATTRAZIONE COMMERCIALE: COS'E'

Il bacino di attrazione commerciale di un punto vendita, anche definito bacino di utenza, rappresenta la zona di provenienza dei clienti abituali del p.v. stesso

COME SI INDIVIDUA: METODO TRADIZIONALE

Il bacino viene definito attraverso l'utilizzo di una delle seguenti regole:

- × **isocrona** → tempo di percorrenza
- × **isometrica** → distanza percorsa

Dunque, i confini del bacino vengono individuati fissando un determinato valore per il tempo di percorrenza o la distanza percorsa per raggiungere il punto vendita

SVANTAGGI DEL METODO TRADIZIONALE

Il bacino di attrazione commerciale, individuato con l'applicazione di una regola standard, rischia di **non corrispondere alla reale provenienza** dei clienti del punto vendita

Potrebbe essere una zona più ristretta o, viceversa, risultare più grande rispetto al bacino effettivo

COME SI INDIVIDUA: IL METODO DI SdV

SdV propone l'utilizzo di un **metodo:**

× **empirico**

× **puntuale**

basato sulla **residenza dei clienti**

VANTAGGI DEL METODO DI SdV

- 1 Studio puntuale** del punto vendita con analisi di:
 - × **capacità attrattiva**
 - × **competitor presenti**
 - × **eventuali barriere allo scorrimento del traffico**
 - × **punti forti e punti deboli**
 - × altri eventuali **problemi/opportunità** presenti nella zona
- 2** Conseguente possibilità di **azioni strategiche commerciali mirate**

VANTAGGI DEL METODO DI SdV

3



Analisi puntuale di:

- × **domanda**
- × **concorrenza**



4

Analisi e valutazione del comportamento del consumatore sul territorio

VANTAGGI DEL METODO DI SdV

-  5 Possibile **risoluzione** di eventuali **problematiche** presenti in **determinate aree** di alcuni bacini
-  6 **Ottimizzazione** della **gestione di comunicazione/attività di volantaggio**

VANTAGGI DEL METODO DI SdV

-  **7** **Maggior precisione** nello stimare il bacino di una potenziale nuova apertura
-  **8** **Miglioramento** nella previsione del **potenziale fatturato** di un nuovo p.v.

Bacino di attrazione commerciale di
un punto vendita esistente in pratica

IL METODO DI SdV IN PRATICA

Il bacino di attrazione commerciale viene definito considerando:

- **numero rilevato di clienti residenti in ciascuna via**
- **possibilmente, numero di visite di ciascun cliente nel periodo fissato**

IL RISULTATO

L'output dell'analisi consiste in una mappa nella quale si riportano

- **bacino tradizionale (individuato con il metodo tradizionale)**
- **bacino effettivo (individuato con il metodo SdV)**



Se di interesse, c'è la possibilità di distinguere tra bacino primario e bacino secondario

IL RISULTATO

Nella mappa si riportano inoltre

- **competitor presenti all'interno del bacino**
- **eventuali elementi di «influenza» esogeni (quali per esempio rete stradale, fiumi, passaggi a livello, ecc.)**



Se utile al fine di **valutare le diverse densità abitative della zona**, si presenta anche **una mappa con vista da satellite**

IL RISULTATO

Per entrambi i bacini - effettivo e tradizionale - viene individuato il **numero di abitanti residenti**

- SdV segue una metodologia di lavoro che:**
- **si fonda sui dati Istat**
 - **permette di stimare accuratamente la popolazione residente in una determinata zona**

Bacino di attrazione commerciale di
un nuovo punto vendita in pratica

IL METODO DI SdV IN PRATICA

Lo studio dei p.v. esistenti permette di:

- × **definire un modello statistico** per la **stima della popolazione residente** nel bacino di attrazione commerciale del nuovo p.v.
- × **individuare**, per analogia con i p.v. presenti nel territorio, i **confini del bacino** del nuovo p.v.

IL METODO DI SdV IN PRATICA

E' dunque necessario:

- × stimare i **bacini dei p.v. esistenti**, individuando la **popolazione residente**
- × **rilevare le variabili determinanti** nei singoli bacini dei p.v. esistenti



Viene così definito un **modello statistico** per la **previsione della popolazione** del bacino

Se hai trovato questo report utile e interessante,
consulta gli altri a disposizione sul nostro sito
www.sdvmarketing.it

- Le ricerche di mercato – Consigli alle aziende
- Le analisi statistiche multivariate a supporto delle ricerche di mercato
- Il report commerciale e di marketing
- Il piano di marketing annuale

SdV

Consulenze e ricerche
di marketing

Corso Milano, 54
35139 Padova

tel. +39 049 8760754

fax. +39 049 8761922

email: info@sdvmarketing.it

pec: sdvmarketing@pec.it

web: www.sdvmarketing.it

P.IVA 02508370281