


**HARDWARE
FORUM 2018**
THE HARDWARE EXPO AND FORUM



CENSIMENTO MMAS FERRAMENTA E UTENSILERIA 2018 «MONDO COLORE E VERNICI»

Intervento di Alessandra Fraschini



MMAS
MicroMarketing Analysis System

www.mmismi.it

La Divisione MMAS

- Da oltre 25 anni, **Metmi** sviluppa progetti e servizi innovativi che diano impulso alle attività di marketing e di vendita, prendendo origine dalla conoscenza dei mercati attraverso la costituzione di archivi di dati e informazioni - ciò che oggi viene chiamato **Big data** - **raccolti e aggiornati semestralmente attraverso indagini organizzate all'interno di sofisticati modelli di Customer Marketing.**
- Questa predisposizione alla progettualità cognitiva del business si traduce in servizi concepiti e sviluppati in database proprietari - **Censimenti MMAS** - uno strumento fondamentale per il lavoro del management delle aziende per analisi di mercato, pianificazione delle strategie commerciali e di comunicazione, Assetto e organizzazione della forza vendita, azioni commerciali sul territorio.

La Divisione MMAS

- Il modello MMAS si contraddistingue perché è impostato sui **Censimenti MMAS**, database specifici di ciascun canale distributivo, che vengono aggiornati in modo sistematico tramite contatti telefonici puntuali con ciascun operatore esistente.

MMAS db - La Conoscenza Puntuale del Normal Trade

Il punto forte della costruzione di un Censimento MMAS è nella **certificazione e qualifica puntuale dell'anagrafica del canale profilato**: ciò avviene nel 100% dei casi attraverso **una telefonata** alla quale viene in seguito **proposta un'intervista con un questionario strutturato** (redemption media 75%), oltre che da sistematiche attività di web desk research.

Ciascun database MMAS viene **aggiornato semestralmente**, attraverso interviste telefoniche con un panel rotativo pari ad un quarto dell'universo di riferimento (**Revolving Panel**) e **consente di inserire delle domande ad hoc** per rilevare specifici fenomeni e bisogni dei canali censiti.

I principali dati raccolti da MMAS db si suddividono in:

- **Quantitativi** (esempio: N° addetti, N° venditori esterni, N° vetrine, Mq. negozio, Mq. magazzino)
- **Qualitativi** (esempio: servizi offerti, prodotti trattati, tipologia di clientela, canali di acquisto)
- **Brand** (in alcuni contesti e su alcune categorie di prodotti, vengono richiesti i nomi dei brand trattati o proposti, in modo da censire intere famiglie merceologiche)

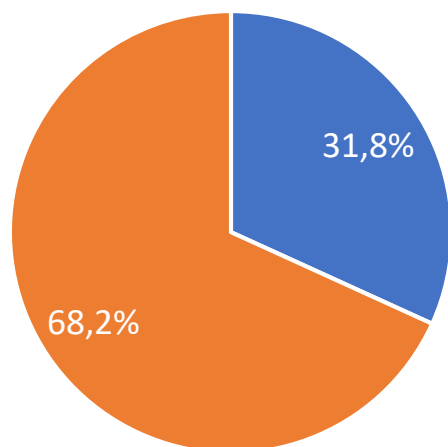
MMAS db - La Conoscenza Puntuale del Normal Trade

- Ad ogni Censimento MMAS corrisponde il **Potenziale MMAS**, un **Indicatore Commerciale** che viene calcolato per ogni singola anagrafica, ed è presente nel database del Censimento MMAS del canale. Viene elaborato attraverso **algoritmi basati sulle informazioni quantitative** raccolte e **fornito in forma standard o personalizzato** in funzione delle esigenze dell'Azienda Cliente.
- Attraverso **l'attività di match** tra il file che rappresenta la customer base dell'Azienda Cliente e il file MMAS che rappresenta l'universo del canale, è possibile realizzare una **Customizzazione del database MMAS per il Cliente**.

Entriamo nel merito dei dati raccolti per **MMAS db FERRAMENTA e UTENSILERIA:**
«**MONDO COLORE E VERNICI**»

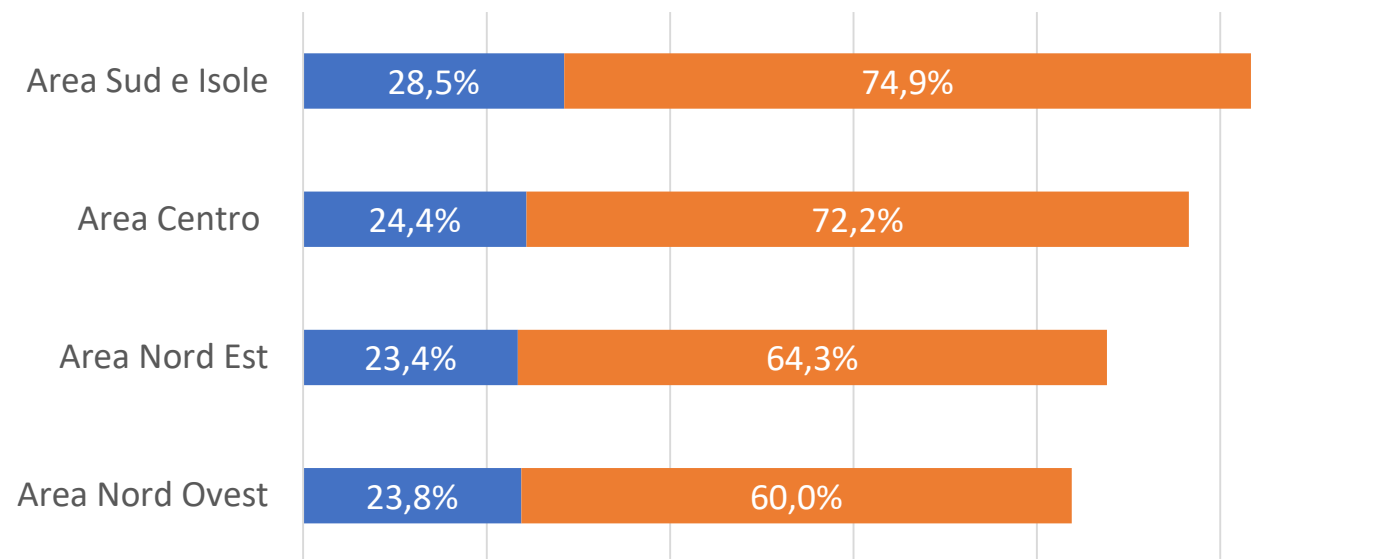
MMAS Ferramenta e Utensileria v/s Ferramenta «Mondo Colore e Vernici»

Le Ferramenta Italiane censite da M&T attraverso il modello MMAS sono n. 6.905 di cui **n. 4.710 (circa il 68,2%)** ha dichiarato di proporre alla clientela il «**MONDO COLORE E VERNICI**».



- n. Ferramenta e Utensileria
- n. Ferramenta «MONDO COLORE E VERNICI»

FERRAMENTA E UTENSILERIA V/S FERRAMENTA «MONDO COLORE E VERNICI» COPERTURA PER AREE Nielsen



- Ferramenta e Utensileria
- Ferramenta "MONDO COLORE - VERNICI"

MMAS gis – MMAS Ferramenta e Utensileria 2018 - Mondo Colore e Vernici

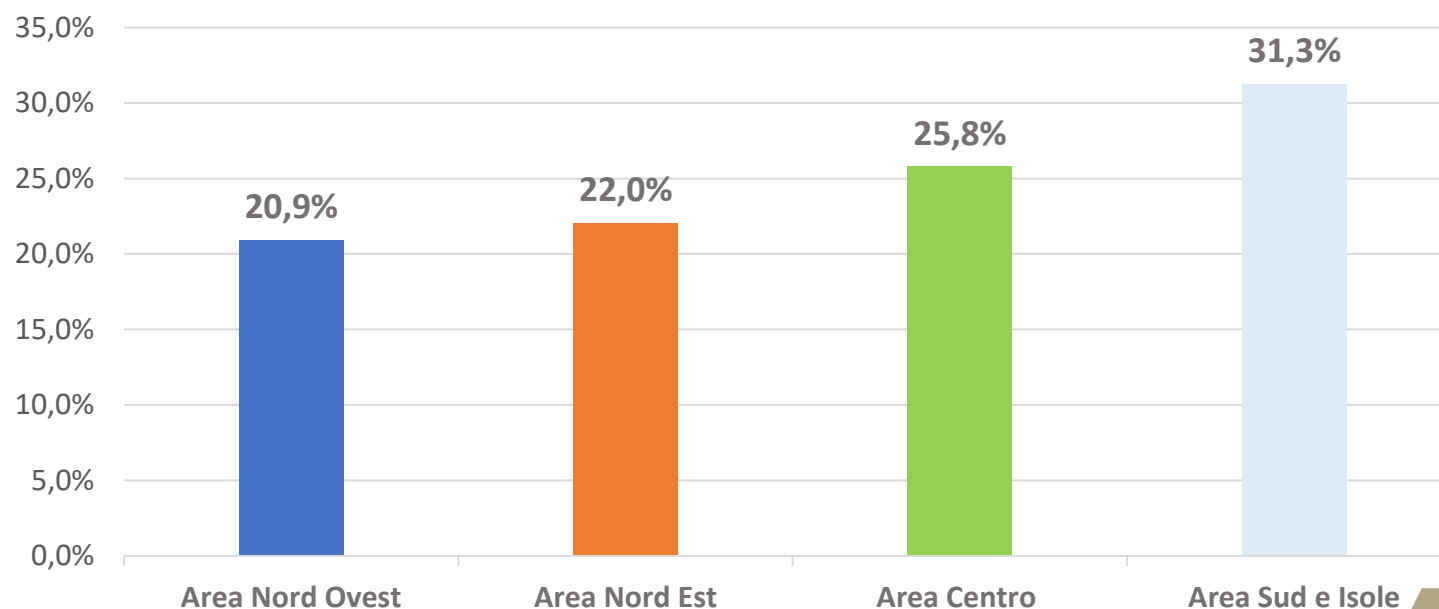
Il «MONDO COLORE E VERNICI» nelle quattro MacroAree si identifica in questo modo:

- nel **Sud e Isole** si concentrano il maggior numero di Ferramenta **n. 1.207, pari al 31,3%**;
- il **Nord Ovest** pesa per il **20,9%, con n. 808 Ferramenta** concentrate soprattutto in Lombardia;
- nel **Nord Est** si rileva una numerosità **del 22 % pari a 851 negozi**;
- **nell'Area Centro** troviamo una quota di punti vendita nell'ordine del **25,8%**.

Territorio Italiano 2018	n. Ferramenta con all'interno "MONDO COLORE - VERNICI"	% Copertura Nazionale per Aree Nielsen
Area Nord Ovest	808	20,9%
Area Nord Est	851	22,0%
Area Centro	996	25,8%
Area Sud e Isole	1.207	31,3%
Totale copertura in %	3.862	100%

«MONDO COLORE E VERNICI»
COPERTURA PER AREE Nielsen

MMAS



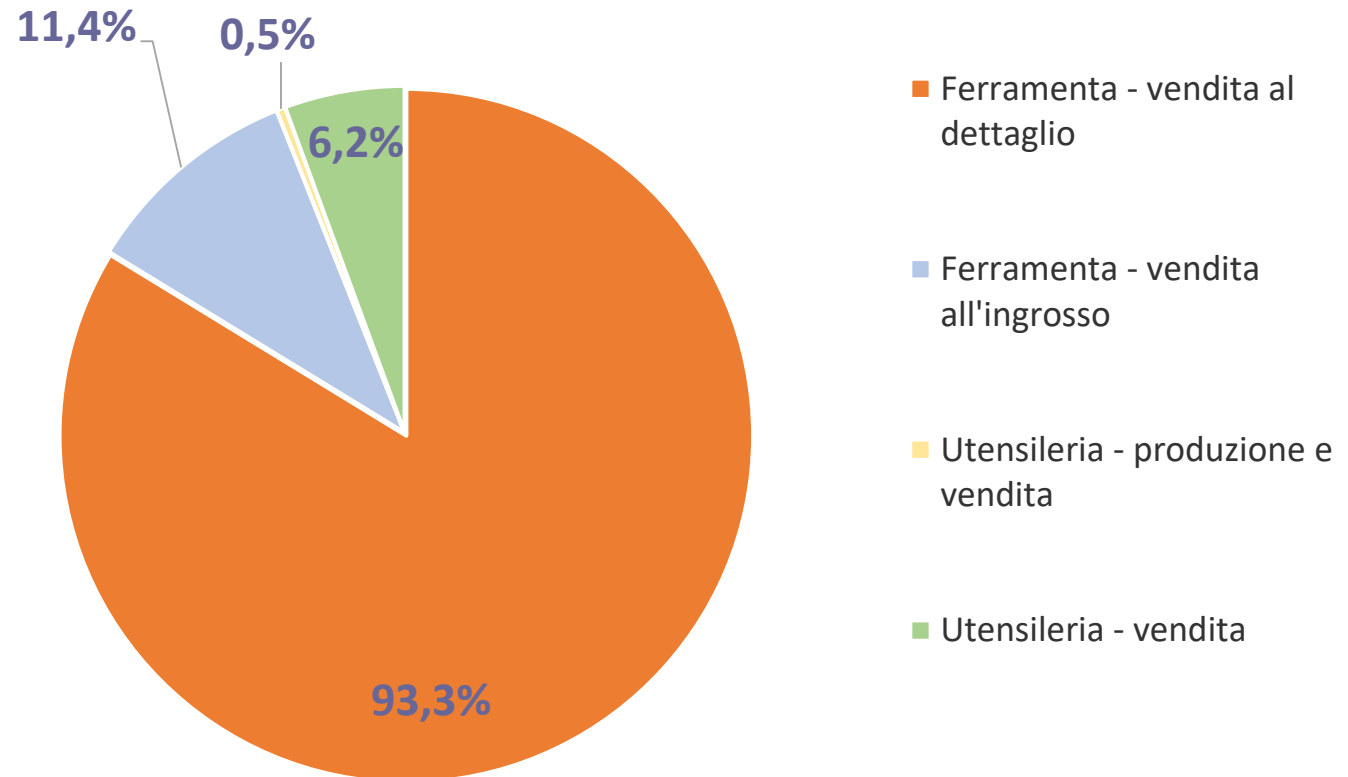
MMAS gis – Parametri MMAS : Tipologia Attività Copertura Nazionale

MMAS

«MONDO COLORE E VERNICI»
COPERTURA PER AREE Nielsen
Parametro MMAS: Tipologia Attività

Nelle Ferramenta «MONDO COLORE E VERNICI»
il **93,3%** si identifica come
Ferramenta al dettaglio
mentre l'**11,4%** **Ferramenta all'ingrosso**.

Infine si registra che il **6,7%**
delle **Utensilerie** propone la
merceologia «COLORE E VERNICI»



MMAS gis – Parametri MMAS : n. Addetti Copertura Nazionale

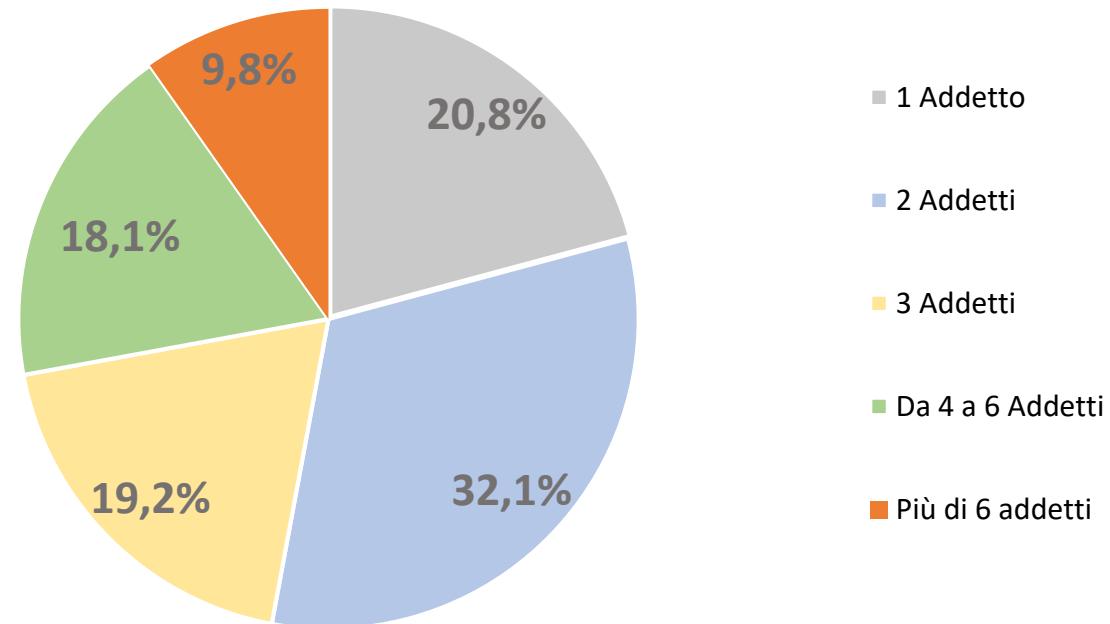
Il **52,9% delle Ferramenta MMAS** dichiara di avere **uno o due addetti**, mentre il **27,9% può contare su 4 e più addetti**, con maggiore frequenza al **Nord Est**.

La fascia intermedia (**3 addetti**), è **costituita dal 19,2% del Censimento** e si concentra **nel Centro Italia con il 20,7% delle attività commerciali**.

Territorio Italiano 2018	1 Addetto	2 Addetti	3 Addetti	Da 4 a 6 Addetti	Più di 6 addetti
Area Nord Ovest	20,4%	34,2%	19,0%	16,5%	10,0%
Area Nord Est	13,8%	30,2%	18,8%	22,4%	14,8%
Area Centro	19,7%	29,7%	20,7%	20,0%	9,9%
Area Sud e Isole	27,0%	34,1%	18,3%	14,7%	5,9%
Totale copertura in %	20,8%	32,1%	19,2%	18,1%	9,8%

MMAS

«**MONDO COLORE E VERNICI**»
COPERTURA PER AREE Nielsen
Parametro MMAS: n. Addetti



MMAS gis – Parametri MMAS : mq Negozio Copertura Nazionale

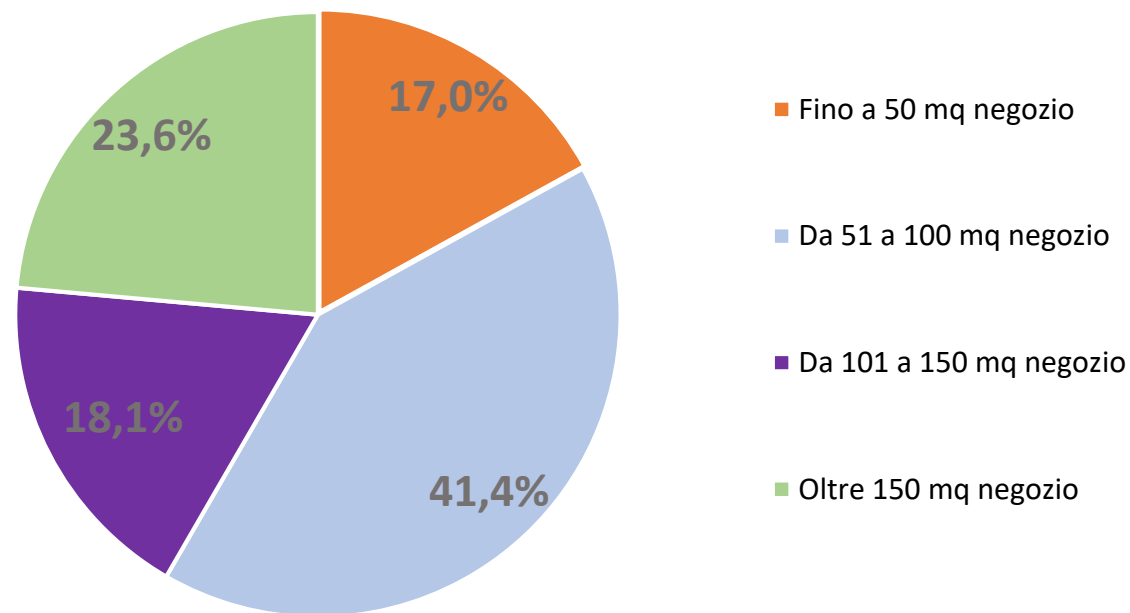
Il 58,4% delle Ferramenta ha una **superficie non superiore ai 100 metri quadrati** (nel 17% dei casi addirittura inferiore a 50 mq) con gli spazi più piccoli concentrati nel **Nord Ovest (19,3%)** e al Sud (20,4%).

Le superfici più ampie si trovano nel Nord Est, dove il 51,2% degli intervistati dichiara aree vendita superiore ai 100 mq.

Territorio Italiano 2018	Fino a 50 mq negozio	Da 51 a 100 mq negozio	Da 101 a 150 mq negozio	Oltre 150 mq negozio
Area Nord Ovest	19,3%	42,4%	16,9%	21,4%
Area Nord Est	12,6%	36,2%	21,8%	29,4%
Area Centro	14,7%	42,2%	18,7%	24,4%
Area Sud e Isole	20,4%	43,7%	15,7%	20,2%
Totale copertura in %	17,0%	41,4%	18,1%	23,6%

MMAS

«**MONDO COLORE E VERNICI**»
COPERTURA PER AREE Nielsen
Parametro MMAS: mq Negozio



MMAS gis – Parametri MMAS : mq Magazzino Copertura Nazionale

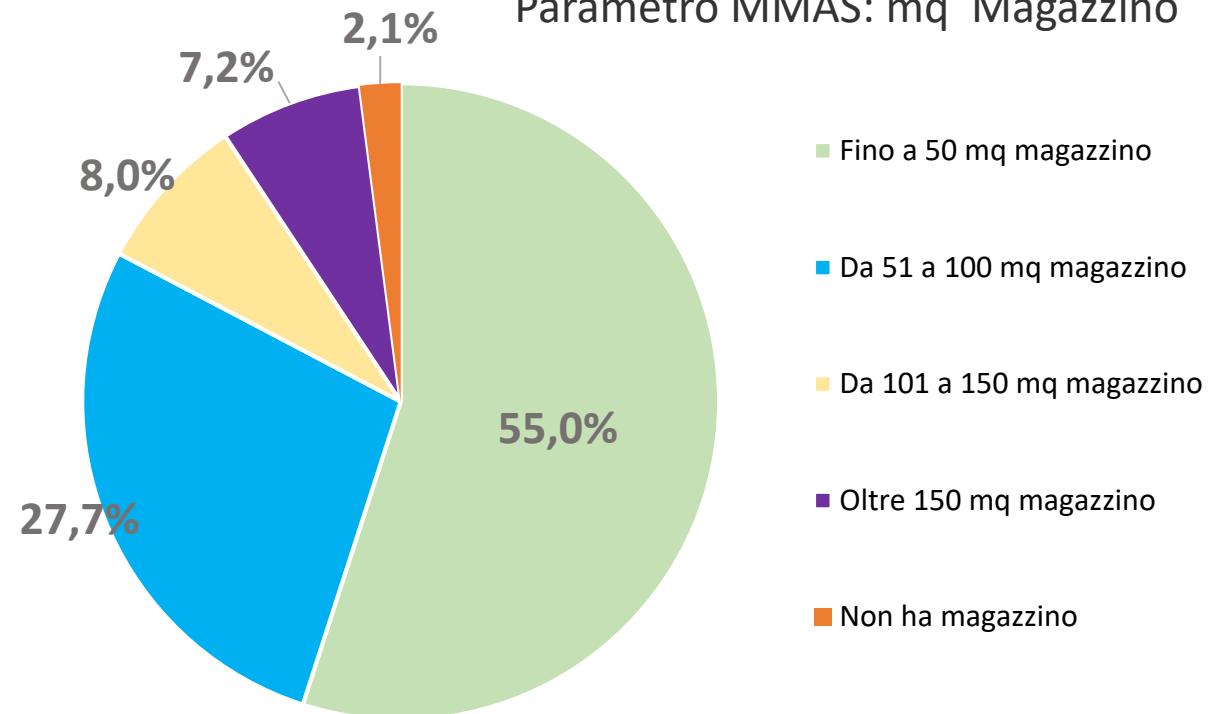
Territorio Italiano 2018	Fino a 50 mq magazzino	Da 51 a 100 mq magazzino	Da 101 a 150 mq magazzino	Oltre 150 mq magazzino	Non ha magazzino
Area Nord Ovest	54,1%	28,1%	8,9%	7,5%	1,4%
Area Nord Est	49,6%	30,0%	10,0%	9,5%	1,0%
Area Centro	54,9%	26,4%	7,7%	7,3%	3,7%
Area Sud e Isole	59,4%	26,9%	6,3%	5,5%	1,9%
Totale copertura in %	55,0%	27,7%	8,0%	7,2%	2,1%

Per quanto riguarda *i depositi e i magazzini*, si registra una netta prevalenza di **“retrobottega” fino a 100 mq (82,7% sul territorio nazionale).**

La restante parte **(17,3%)** dichiara di avere un magazzino di metratura **oltre i 100 mq** con un’incidenza oltre la media **(20,5%) nell’Area Nord Est.**

MMAS

«**MONDO COLORE E VERNICI**»
COPERTURA PER AREE Nielsen
Parametro MMAS: mq Magazzino

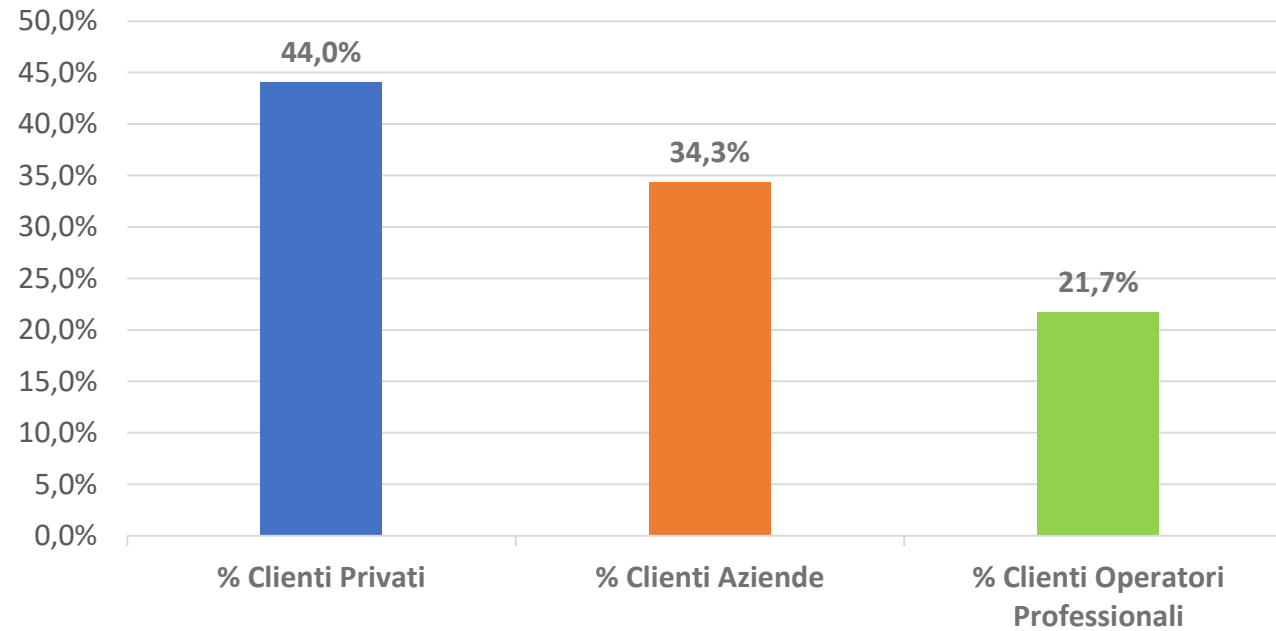


MMAS gis – Parametri MMAS : % Tipologia Clientela

Per quanto riguarda **la tipologia della Clientela** si registra una prevalenza del **Cliente Privato (44%)** con un picco del **51,9% di Operatori Professionali** che si servono nelle Ferramenta dell'Area Nord Ovest.

Territorio Italiano 2018	% Clienti Privati	% Clienti Aziende	% Clienti Operatori Professionali
Area Nord Ovest	44,0%	33,2%	51,9%
Area Nord Est	42,9%	34,2%	22,9%
Area Centro	43,8%	33,0%	23,2%
Area Sud e Isole	45,1%	36,2%	18,7%
Totale copertura in %	44,0%	34,3%	21,7%

«MONDO COLORE E VERNICI»
COPERTURA PER AREE Nielsen
Parametro MMAS: % Tipologia Clientela



MMAS gis – Parametri MMAS : % Canale d'Acquisto

Il canale d'acquisto preferenziale è il **Grossista (55,4%)** con una flessione maggiore nel Nord dove si segnala il **57,8% nel Nord Ovest**.

Le Ferramenta che dichiarano di **acquistare direttamente dall'Azienda Produttrice sono invece il 44,6%**

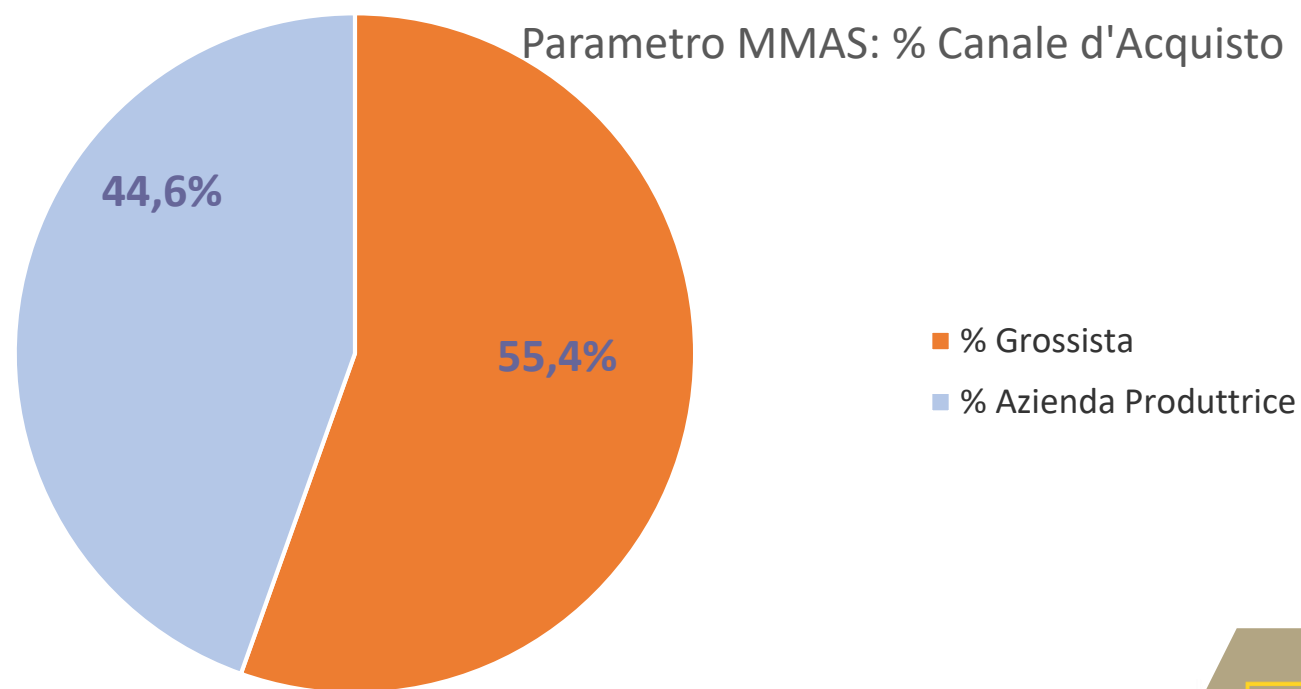
Territorio Italiano 2018	% Grossista	% Azienda Produttrice
Area Nord Ovest	57,8%	42,2%
Area Nord Est	56,7%	43,3%
Area Centro	54,6%	45,4%
Area Sud e Isole	53,9%	46,1%
Totale copertura in %	55,4%	44,6%

MMAS

MONDO COLORE E VERNICI»

COPERTURA PER AREE Nielsen

Parametro MMAS: % Canale d'Acquisto



MMAS gis – Profilo della Ferramenta « Mondo Colore e Vernici»

In conclusione, dall'analisi dei dati MMAS Ferramenta e Utensileria presentati, possiamo elaborare un **Profilo Tipo della Ferramenta** che OGGI propone tra la sua offerta merceologica - **COLORE E VERNICI**:

- E' un negozio di piccole dimensioni dai **50 ai 100 mq di esposizione (64,1%)** con un magazzino dai **50 ai 150 mq (86,3%)**
- Si trova principalmente nell'Area Sud e Isole
- Svolge la sua attività con la **collaborazione di 1- 3 dipendenti (79,4%)**
- Il suo target è soprattutto la **Clientela Privata (85,4%)** e **acquista** prevalentemente dal **Grossista (82,2%)**.



Marketing & Telematica Vi aspetta nell'Area Partner di **HARDWARE FORUM 2018** per conoscervi e approfondire i possibili scenari di collaborazione.

www.mmasmi.it

CONTATTI:

Adelaide Macario

Adelaide.macario@metmi.it

