Il mercato Rivenditori Edili 2018 In Italia

Il Modello MMAS

MicroMarketingAnalysisSystem

www.mmasmi.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 in *MMAS Rivenditori Edili* si suddividono in:

- *Quantitativi* (N° Addetti, N° Venditori Esterni, Mq. Magazzino Coperto, Mq. Piazzale esterno, % Canale di Acquisto)
- *Qualitativi* (Prodotti trattati, Tipologia Clientela, Motivo utilizzo Internet, Device utilizzato per connessione internet, Tipologia Malte)
- *Brand* (Adesivi e Sigillanti, Abrasivi, Antinfortunistica, Cartongesso, Elettroutensili, Laterizi, Isolante Termico e Acustico, Impermeabilizzanti Cementizi e Bituminosi, Materiale quali Calce e Cementi, Malte Predosate, Malte Premiscelate, Malte da Ripristino, Microcementi, Sistemi di Fissaggio Chimici e Meccanici)

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:

MMAS Rivenditori Edili RP1802

MMAS gis - Zone Analysis :4 AREE NIELSEN

I dati raccolti sono stati analizzati selezionando le *4 Aree Nielsen*:

- *Area Nord Ovest* (Piemonte, Valle d'Aosta, Liguria, Lombardia)
- *Area Nord Est* (Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Emilia Romagna)
- *Area Centro* (Toscana, Marche, Umbria, Lazio)
- *Area Sud e Sicilia* (Abruzzo, Molise, Campania, Basilicata, Puglia, Calabria, Sicilia, Sardegna)

MMAS Rivenditori Edili RP1802 - Copertura Nazionale

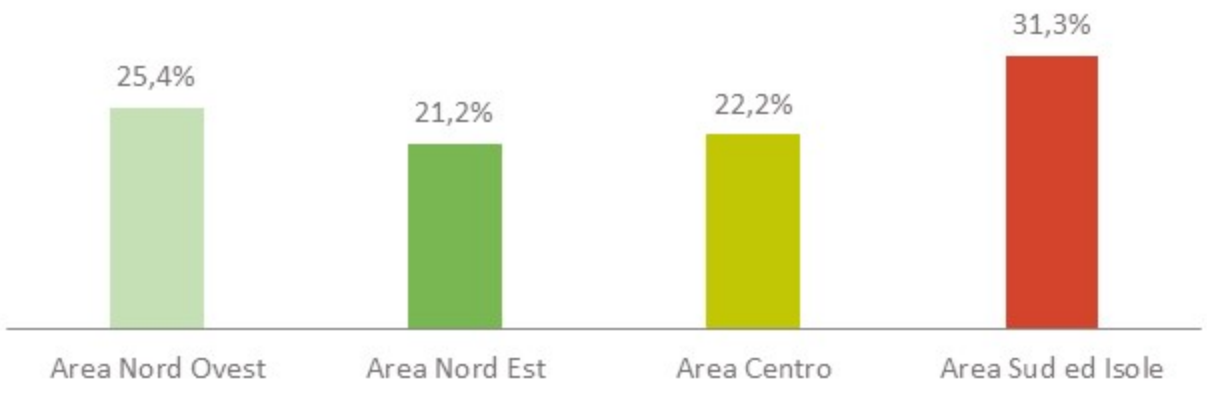
Le Rivendite Edili censite da MeTMi attraverso il modello MMAS sono *n. 5.090* e si identificano nelle 4 Aree Nielsen in questo modo:

- *nell'Area Sud e Isole* si concentra il maggior numero di Rivendite *n. 1.593*, pari al *31,3%*
- *nell'Area Nord Ovest* si rileva una numerosità di *n. 1.291 negozi* pari a *25,4%*
- *l'Area Centro* pesa per il *22,2%*, con *n. 1.129 Rivendite*
- infine *nell'Area Nord Est* troviamo una quota di punti vendita nell'ordine del *n. 1.077 Trade* pari a *21,2%*

Area Nielsen	n. Rivendite Edili	% Copertura Nazionale per Aree Nielsen	Somma Potenziale MMAS	Media Potenziale MMAS
Area Nord Ovest	1.291	25,4%	53.495	41,4
Area Nord Est	1.077	21,2%	43.203	33,5
Area Centro	1.129	22,2%	51.045	39,5
Area Sud e Isole	1.593	31,3%	66.318	51,4
Totale	5.090		214.062	42,1

MMAS

Rivendite Edili - 2018



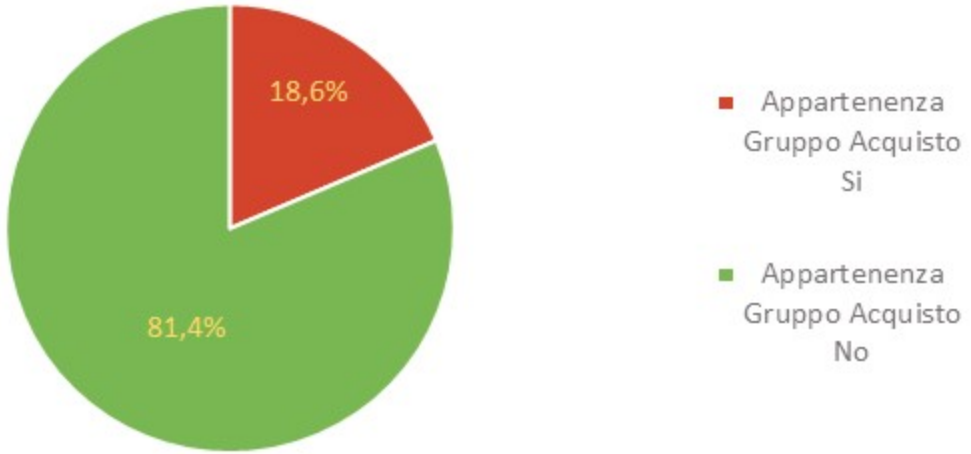
Servizi MMAS : Appartenenza Gruppo d'Acquisto- Copertura Nazionale

Per quanto riguarda la tipologia dell'attività si registra che il *18,6% fa parte di un Gruppo d'Acquisto* con una percentuale *sopra la media nell'Area Nord Est 32,6%.*

Area Nielsen	Appartenenza Gruppo Acquisto Si	Appartenenza Gruppo Acquisto No
Area Nord Ovest	26,8%	73,2%
Area Nord Est	32,6%	67,4%
Area Centro	17,6%	82,4%
Area Sud e Isole	5,0%	95,0%
Totale	18,6%	81,4%

MMAS

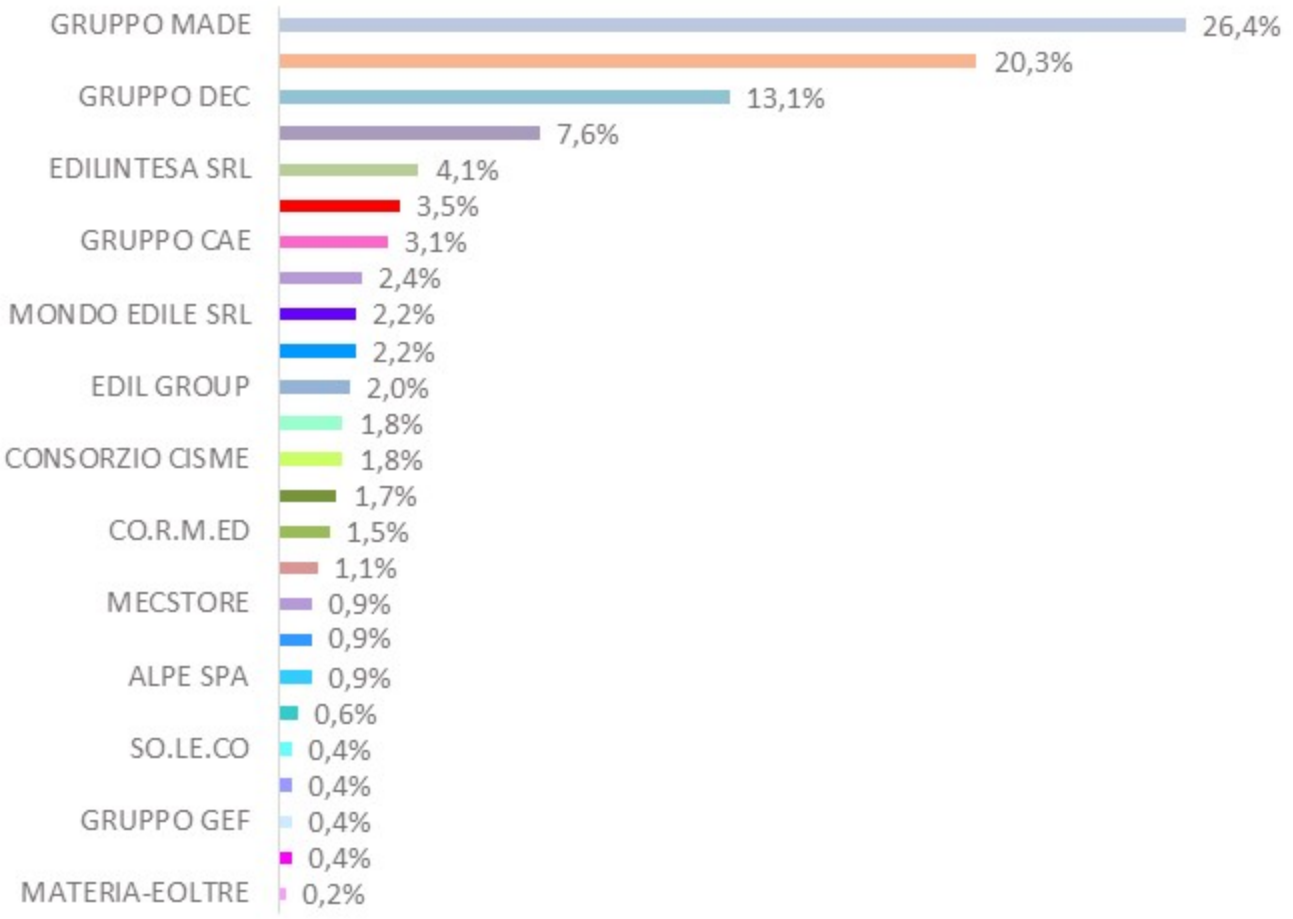
Rivendite Edili - 2018



Marche MMAS : Gruppi d'Acquisto - Copertura Nazionale

Rivenditori Edili - 2018

n° 542 Rivendite hanno risposto a questa domanda

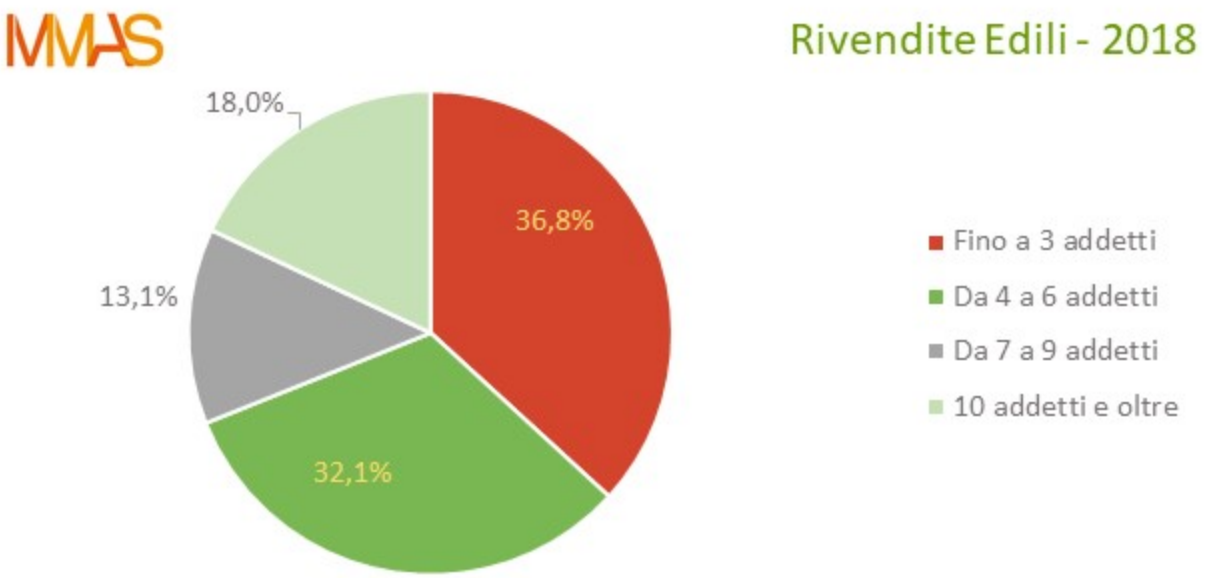


Parametri MMAS : n. Addetti - Copertura Nazionale

Il 36,8% delle Rivendite Edili MMAS dichiara di avere *fino a 3 addetti,* mentre il restante *31,1%* può contare su *7 e più addetti*, con una concentrazione superiore alla media nelle *Aree Nord Est (39,5%).*

La fascia intermedia *(da 4 – 6 addetti),* costituita dal *32,1,%* del Censimento presenta una *concentrazione sopra la media nell'Area Centro (34,0%).*

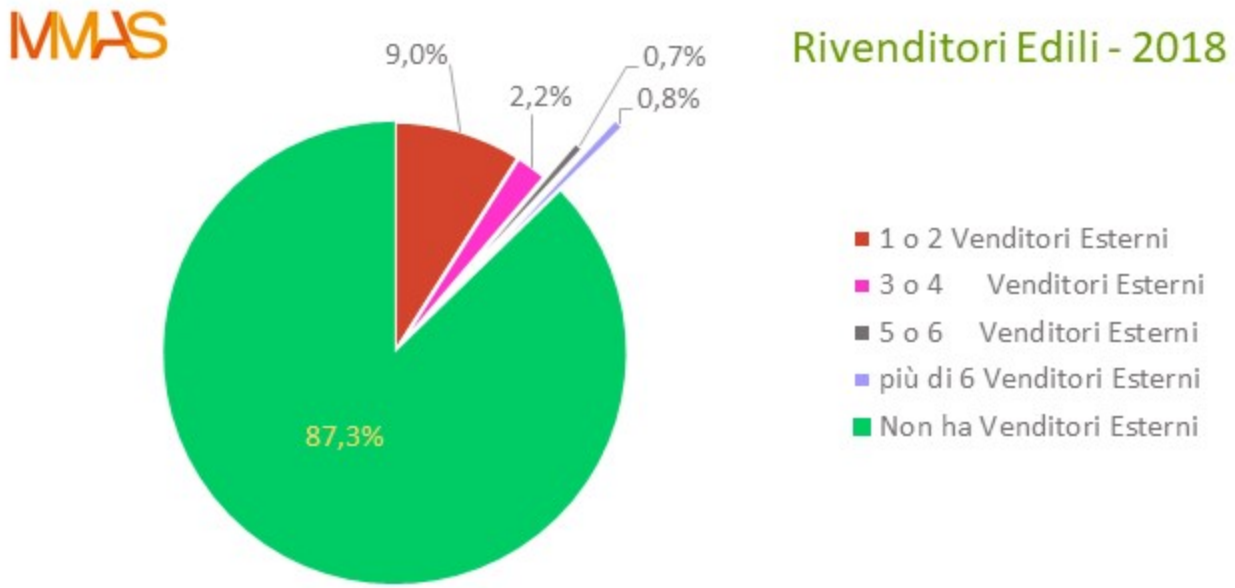
Area Nielsen	Fino a 3 addetti	Da 4 a 6 addetti	Da 7 a 9 addetti	10 addetti e oltre
Area Nord Ovest	33,7%	32,4%	15,1%	18,8%
Area Nord Est	29,7%	30,9%	16,7%	22,8%
Area Centro	30,4%	34,0%	13,9%	21,7%
Area Sud e Isole	47,7%	31,4%	8,9%	12,1%
Totale	36,8%	32,1%	13,1%	18,0%



Parametri MMAS : n. Venditori Esterni- Copertura Nazionale

Il 12,7% delle Rivendite Edili dichiarano di avere la *presenza nell'organizzazione di Venditori Esterni*. Nell'*Area Nord Est nella fascia dai 5 e più Venditori Esterni la percentuale è del 2%* (valore sopra la media)
L'87,3% ha dichiarato di non avere Venditori esterni.

Area Nielsen	1 o 2 Venditori Esterni	3 o 4 Venditori Esterni	5 o 6 Venditori Esterni	più di 6 Venditori Esterni	Non ha Venditori Esterni
Area Nord Ovest	9,6%	1,9%	1,1%	0,7%	86,7%
Area Nord Est	13,0%	3,3%	0,5%	1,5%	81,7%
Area Centro	10,5%	2,8%	1,0%	0,8%	85,0%
Area Sud ed Isole	5,3%	1,5%	0,2%	0,5%	92,6%
Totale	9,0%	2,2%	0,7%	0,8%	87,3%

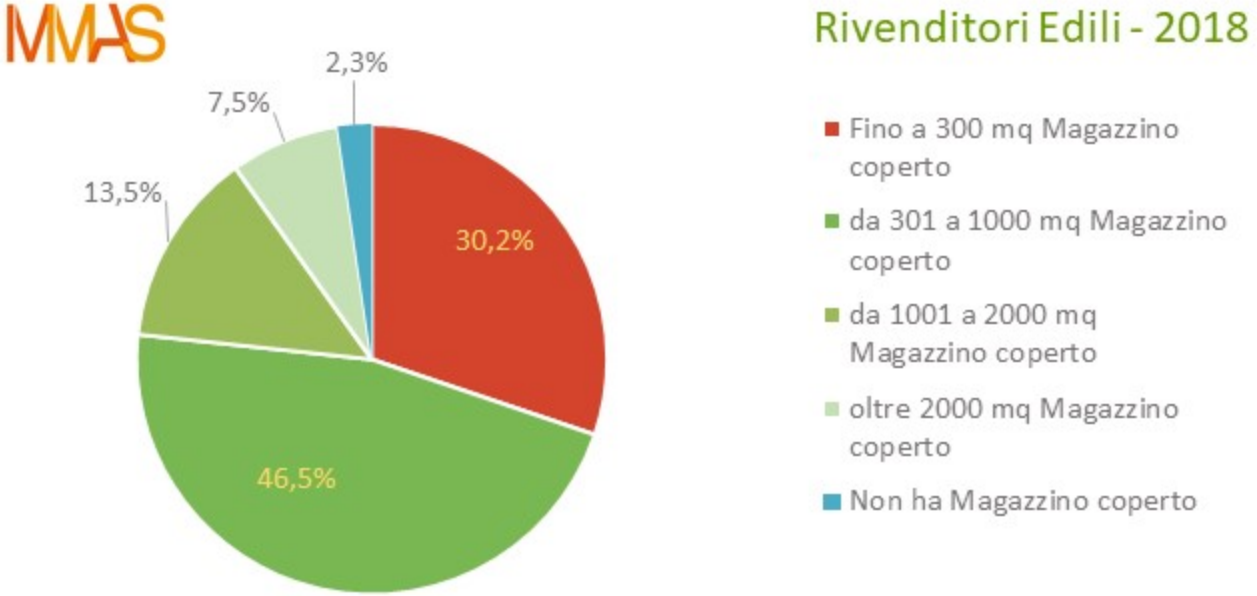


Parametri MMAS : mq Magazzino coperto - Copertura Nazionale

Il 34,9% delle Rivendite Edili dichiara di avere *una superficie coperta non superiore ai 300 metri quadrati* con una concentrazione *sopra la media di questa fascia nell'Area Sud e Isole 41,5%*

Le superfici più ampie si trovano nell'Area Nord Ovest, dove il 7,5% degli intervistati dichiara aree di vendita coperta superiore ai 2.000 mq.

Area Nielsen	Fino a 300 mq Magazzino coperto	da 301 a 1000 mq Magazzino coperto	da 1001 a 2000 mq Magazzino coperto	oltre 2000 mq Magazzino coperto	Non ha Magazzino coperto
Area Nord Ovest	30,2%	46,5%	13,5%	7,5%	2,3%
Area Nord Est	31,0%	45,5%	15,6%	5,3%	2,7%
Area Centro	33,4%	47,3%	10,7%	6,9%	1,7%
Area Sud e Isole	41,5%	43,7%	7,9%	4,2%	2,6%
Totale	34,9%	45,6%	11,4%	5,9%	2,3%



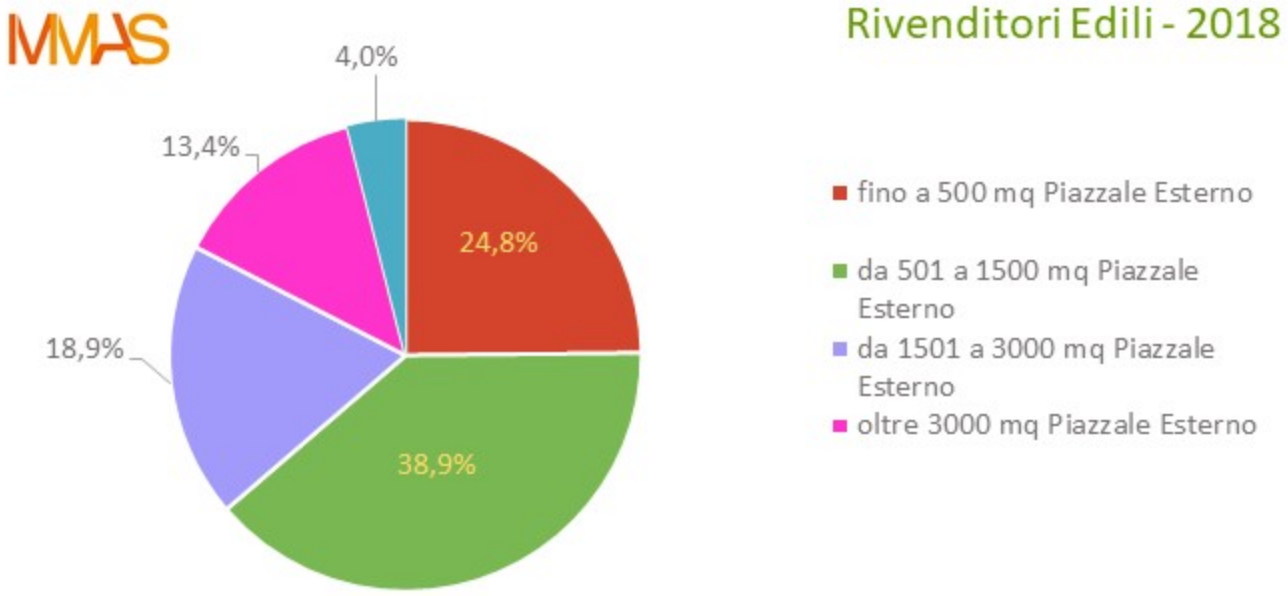
Parametri MMAS : mq Piazzale Esterno- Copertura Nazionale

Il 96% dei Magazzini Edili generalisti ha *dichiara di avere un piazzale esterno.*

La fascia con *i piazzali esterni più grandi (oltre 3.000 mq.) la evidenziamo nelle Aree Nord Est (15,4%) e Centro (20,8%)* dove troviamo valori sopra la media.

Il 4% dei magazzini edili non ha piazzale esterno.

Area Nielsen	fino a 500 mq Piazzale Esterno	da 501 a 1500 mq Piazzale Esterno	da 1501 a 3000 mq Piazzale Esterno	oltre 3000 mq Piazzale Esterno	Non ha Piazzale Esterno
Area Nord Ovest	24,7%	38,6%	19,0%	13,5%	4,1%
Area Nord Est	22,2%	38,1%	19,6%	15,4%	4,7%
Area Centro	24,2%	37,0%	20,8%	15,3%	2,7%
Area Sud e Isole	26,8%	40,8%	17,1%	10,9%	4,3%
Totale	24,8%	38,9%	18,9%	13,4%	4,0%



Servizi MMAS : % Canale Acquisto- Copertura Nazionale

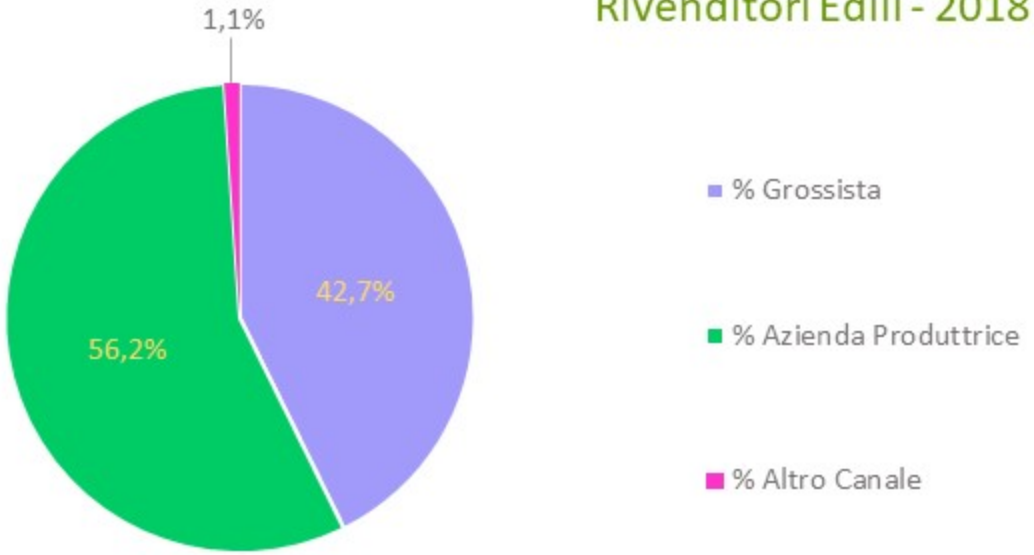
Il canale d'acquisto preferenziale è l'Azienda Produttrice 56,2% con una leggera flessione in positivo nell'Area Nord Est dove si segnala il 57,8%.

Le Rivendite Edili che dichiarano di acquistare dal Grossista sono invece il 42.7%.
L'area Centro aumenta al 43,5%.

Area Nielsen	% Grossista	% Azienda Produttrice	% Altro Canale
Area Nord Ovest	41,9%	57,1%	1,0%
Area Nord Est	41,8%	57,8%	0,4%
Area Centro	43,5%	55,0%	1,5%
Area Sud e Isole	43,3%	55,5%	1,2%
Totale	42,7%	56,2%	1,1%

MMAS

Rivenditori Edili - 2018

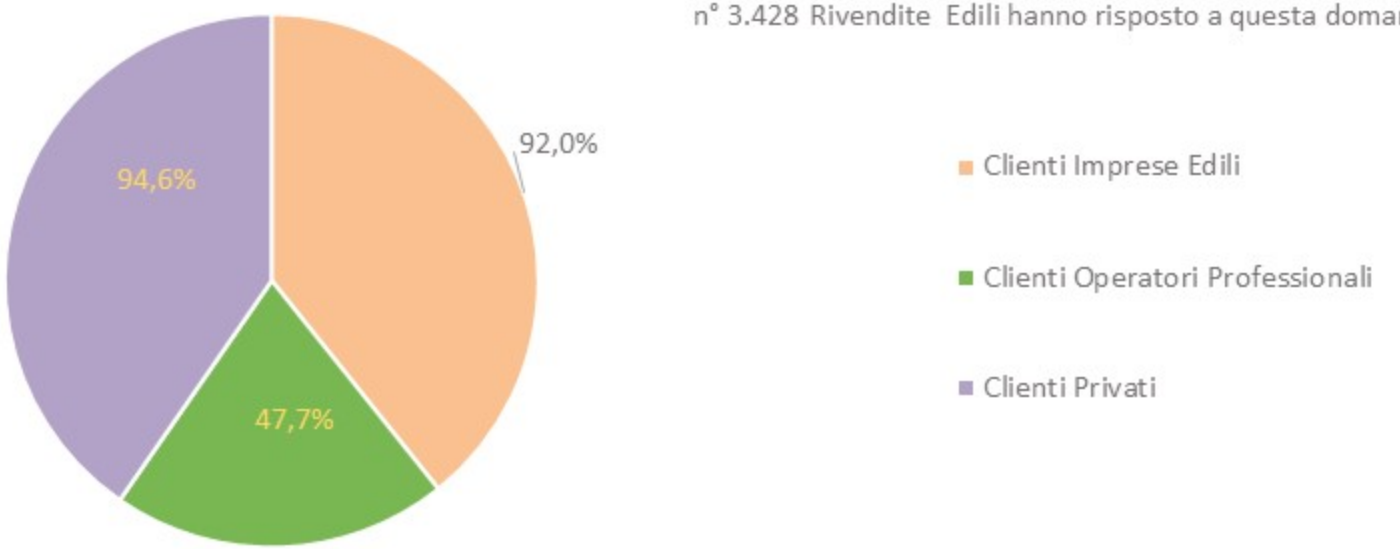


Parametri Servizi : % Tipologia Clientela

Area Nielsen	Clienti Imprese Edili	Clienti Operatori Professionali	Clienti Privati
Area Nord Ovest	95,0%	50,0%	92,2%
Area Nord Est	92,9%	45,7%	94,2%
Area Centro	93,4%	47,5%	94,5%
Area Sud e Isole	88,3%	47,4%	96,5%
Totale	92,0%	47,7%	94,6%

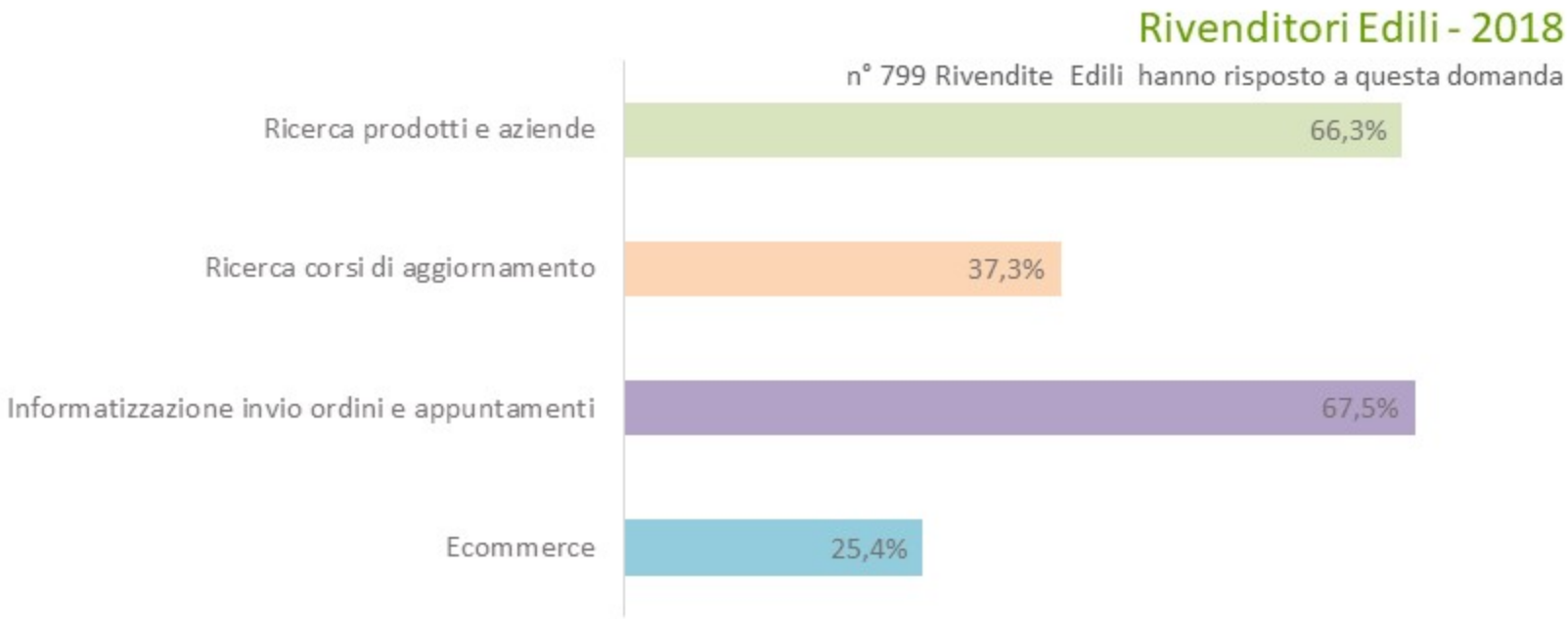
Rivenditori Edili - 2018

n° 3.428 Rivendite Edili hanno risposto a questa domanda



Parametri MMAS : COMPETENZA DIGITALE

Area Nielsen	Ecommerce	Informatizzazione invio ordini e appuntamenti	Ricerca corsi di aggiornamento	Ricerca prodotti e aziende
Area Nord Ovest	39,0%	68,2%	68,2%	43,3%
Area Nord Est	22,4%	65,7%	35,0%	67,8%
Area Centro	21,4%	71,4%	29,2%	63,1%
Area Sud e Isole	31,3%	64,1%	36,4%	70,3%
Totale	25,4%	67,5%	37,3%	66,3%

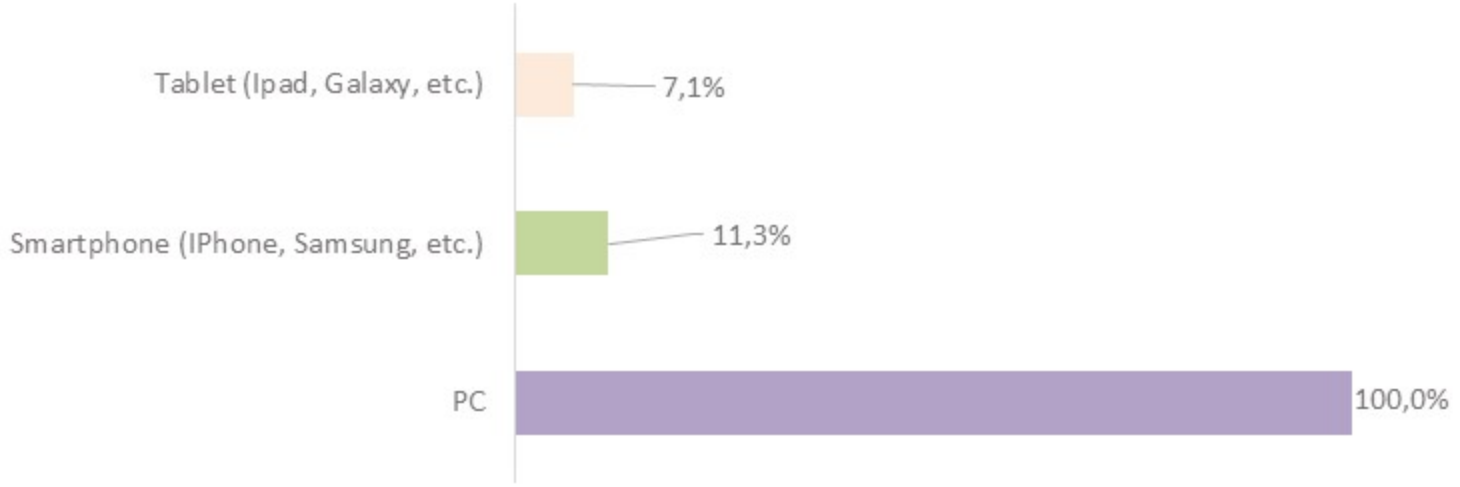


Parametri MMAS : COMPETENZA DIGITALE

Area Nielsen	PC	Smartphone (IPhone, Samsung, etc.)	Tablet (Ipad, Galaxy, etc.)
Area Nord Ovest	100,0%	12,8%	6,9%
Area Nord Est	100,0%	11,1%	9,0%
Area Centro	100,0%	10,6%	7,1%
Area Sud ed Isole	100,0%	9,5%	5,5%
Totale	100,0%	11,3%	7,1%

Rivenditori Edili - 2018

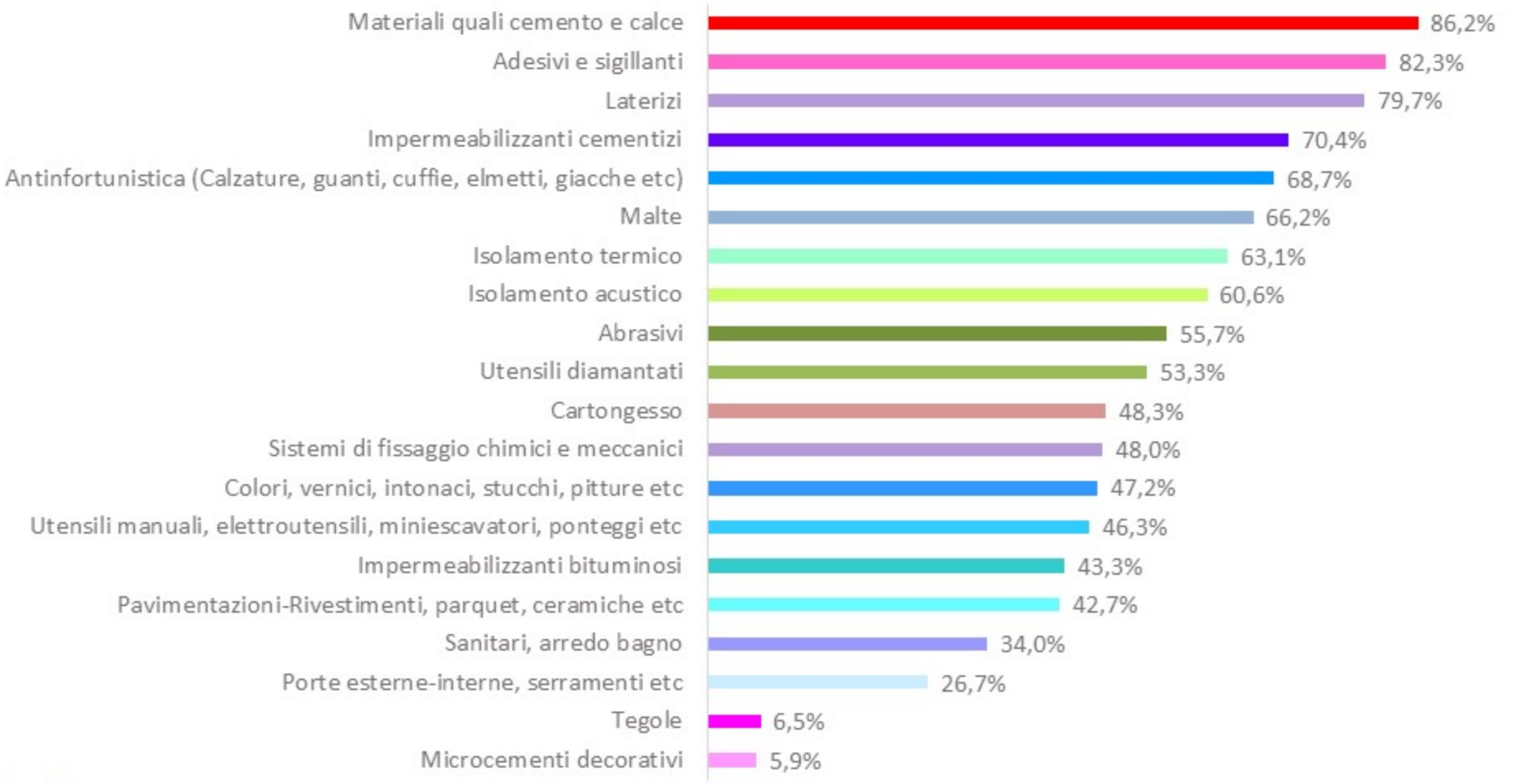
n° 808 Rivendite Edili hanno risposto a questa domanda



SERVIZI MMAS : Prodotti trattati

Rivenditori Edili - 2018

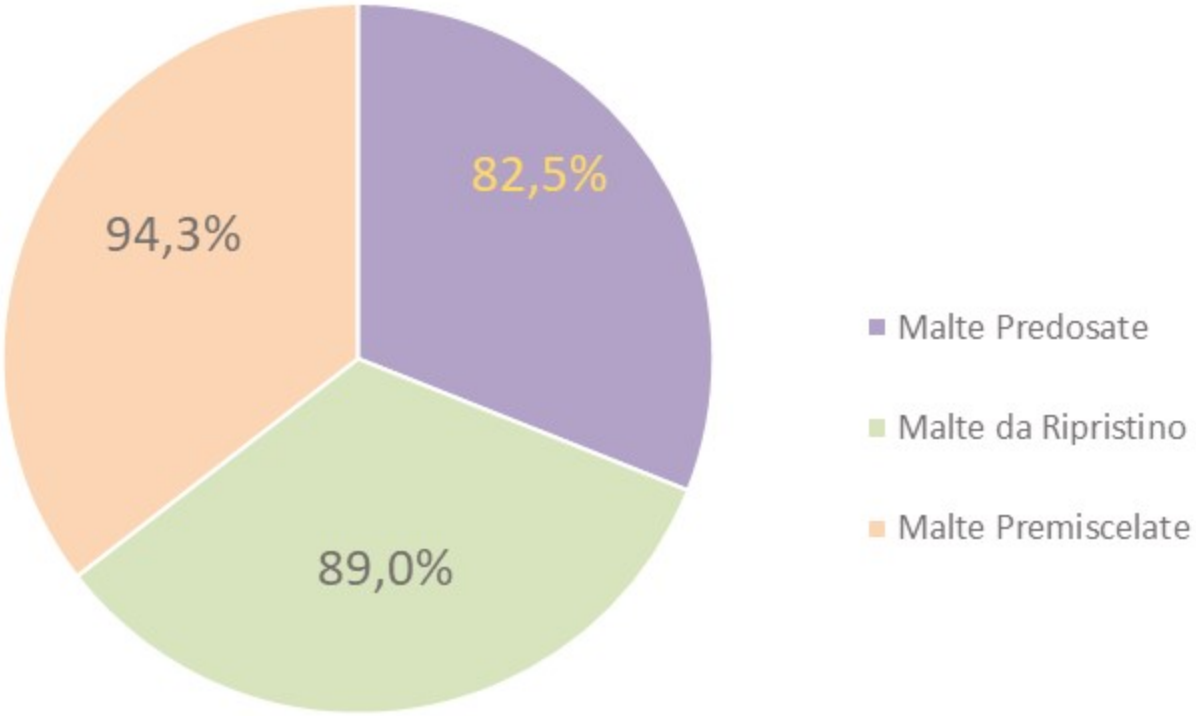
n° 4.098 Rivendite Edili hanno risposto a questa domanda



Parametri Servizi : % Tipologia Malte

Rivenditori Edili - 2018

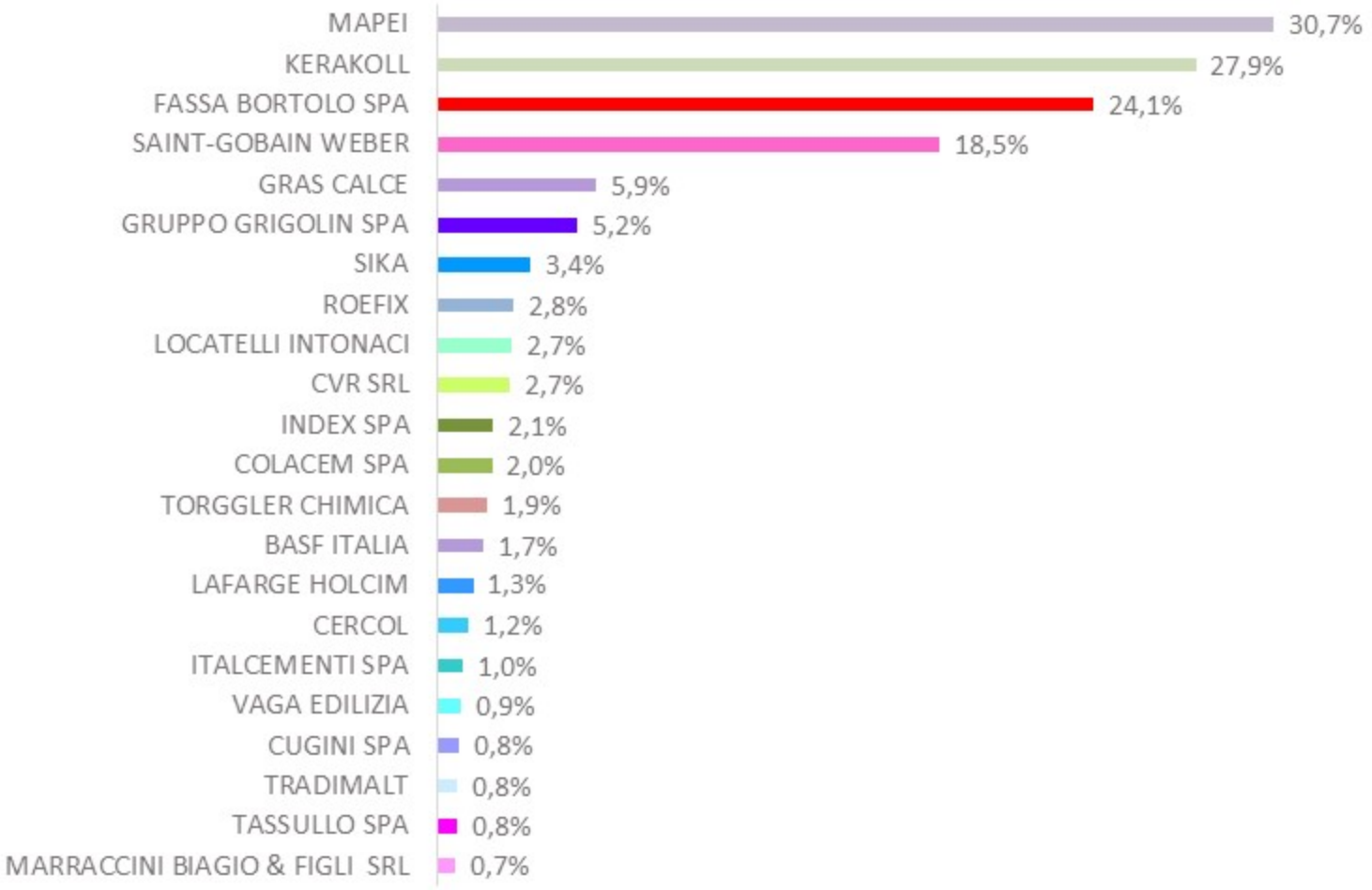
n° 1.982 Rivendite Edili hanno risposto a questa domanda



Marche MMAS : Malte Predosate

Rivenditori Edili - 2018

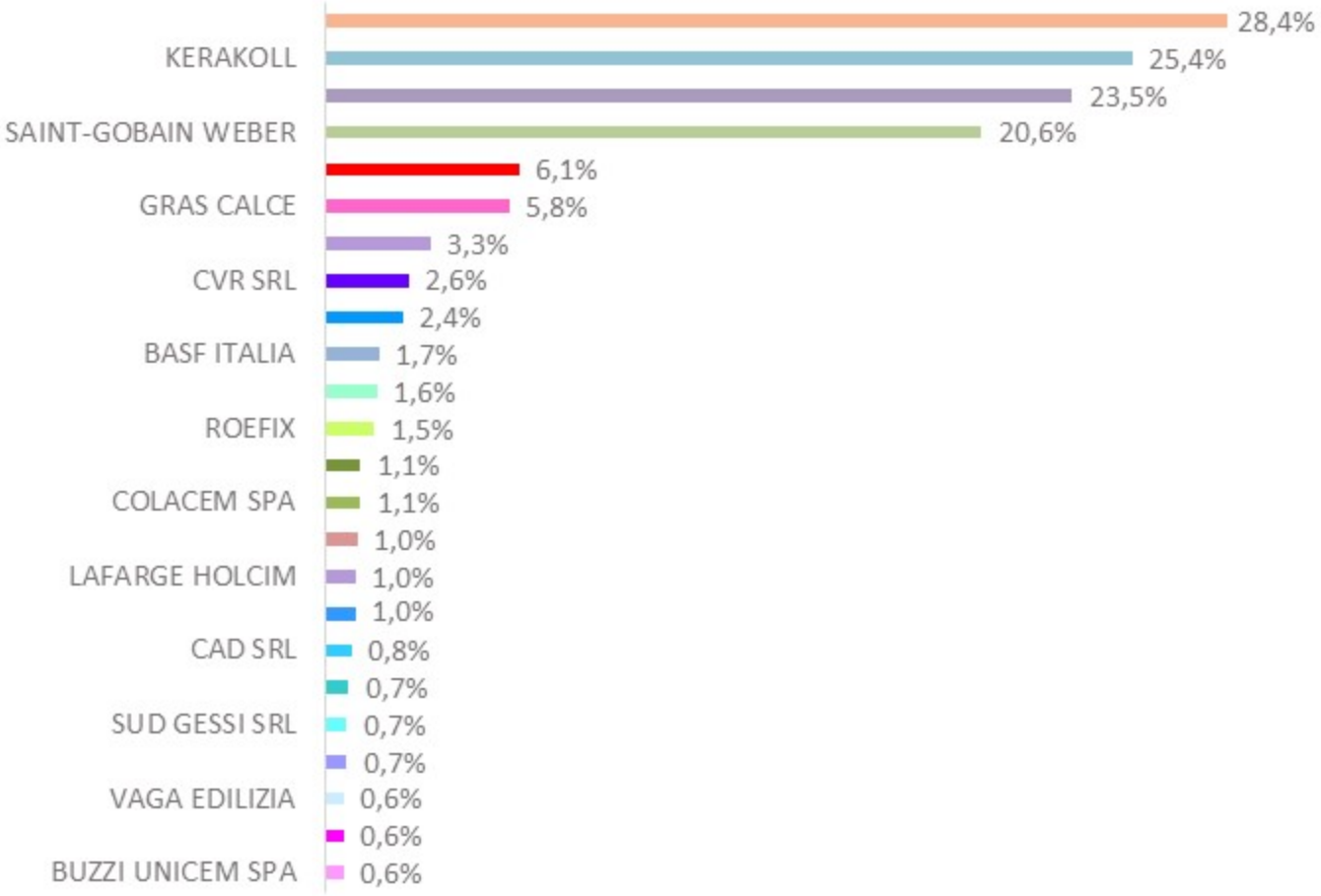
n°1.721 Rivendite Edili hanno risposto a questa domanda



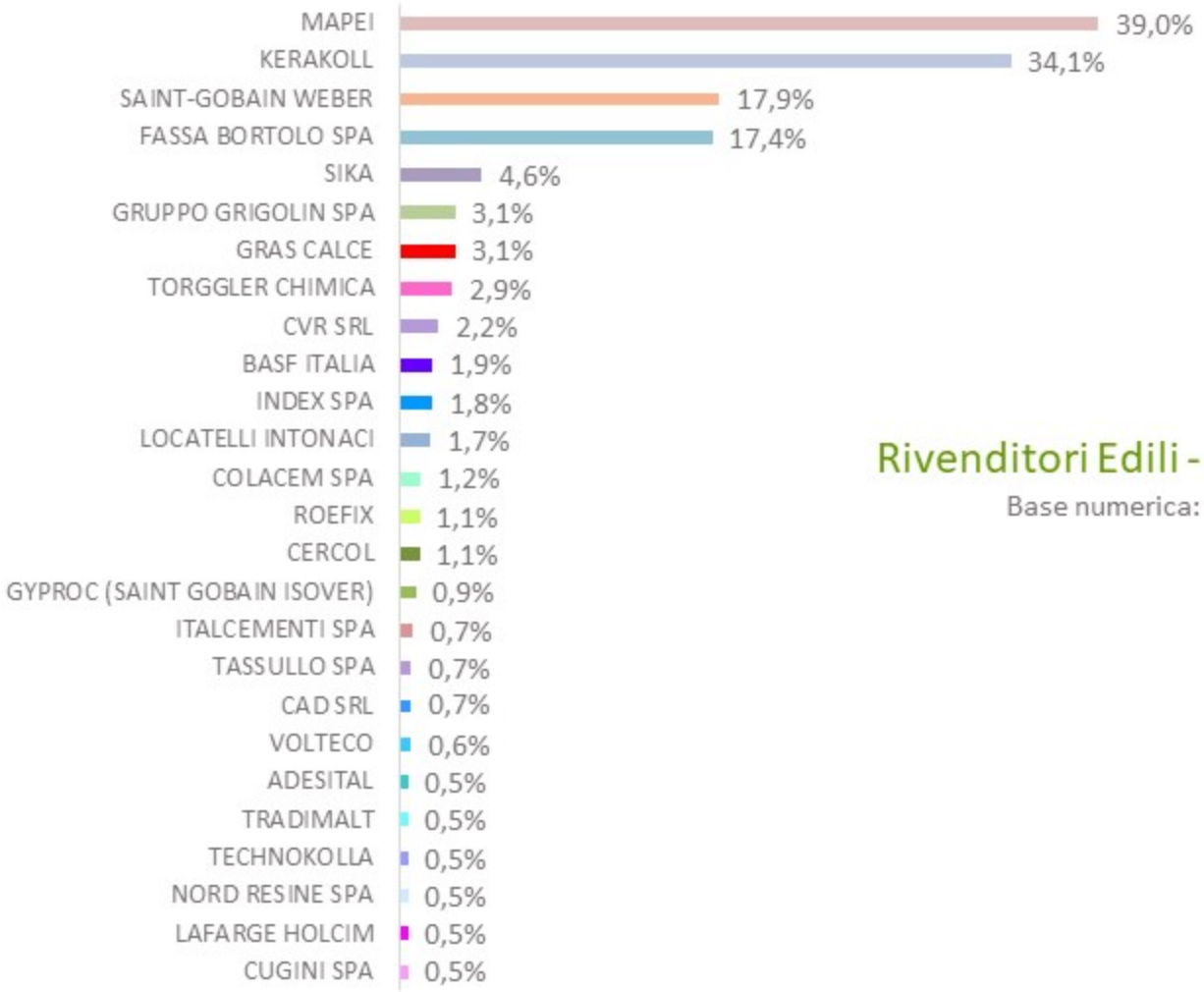
Marche MMAS : Malte Premiscelate

Rivenditori Edili - 2018

n°1.367 Rivendite Edili hanno risposto a questa domanda



Marche MMAS : Malte da Ripristino



Rivenditori Edili - 2018

Base numerica: n°2.413

MeTMi Srl
Strada della Moia, 1 - 20020 Arese (MI) – Italia
Telefono +39 02.38073.1 Fax +39 02.38073.208
E-mail:info@metmi.it – Web: www.mmasmi.it

PARTNER Divisione Technical Market
Adelalde Macarlo
adelalde.macarlo@metmi.it

MeTBa SL
Caie Marques de Sentmenat, 54 PB1° - 08022 Barcelona – España
Telefono +34 4452810 Fax - +39 934552817
E-mail:info@metba.es – Web: www.mmasba.es

MeTKla GmbH
Heuplatz,2 – 9020 Klagenfurt am Worthersee – Austria
Telefono +43 46 3890060
E-mail:info@metkla.at – Web: www.mmaskla.at

BUSINESS PARTNER

Mercurio Misura Srl
Via Rosso di San Secondo 1/3 - 20134 - Milano (MI) – Italia
Telefono +39 02.27 797
E-mail:relazioniesterne@mercurio-misura.it – Web: www.mercurio-misura.it