

Mosaic – unicul sistem de clasificare a consumatorilor



Autor: la Joi, 30 Noiembrie 2006 - 07:50 AM

Geo Strategies impreuna cu Experian au lansat noul lor produs, Mosaic Romania. Acesta este un sistem complet nou care clasifica fiecare locuitor din Romania in unul din cele 45 de tipuri distincte. Mosaic Romania este o segmentare geo-demografica, iar clasificarea fiecarui locuitor se face in functie de vecinatatea in care traieste. Principiul care sta la baza clasificarii arata faptul ca in momentul in care un om decide unde va locui, acesta va prefera in mod natural sa traiasca alaturi de oameni cu un stil de viata si aspiratii asemanatoare lor. Sistemul a fost creat pentru prima data in urma cu 20 de ani de catre profesorul Richard Webber, o autoritate internationala in domeniul clasificarii consumatorilor. Tehnica aceasta a fost verificata si aplicata in intreaga lume de catre organizatiile comerciale si din sectorul public, reprezentand o parte esentiala in dezvoltarea strategiei de marketing. Mosaic Romania s-a alaturat retelei globale de clasificare a populatiei care acopera peste 25 de tari si un miliard de oameni din intreaga lume. Mosaic Romania imparte consumatorii in 45 de tipuri reunite in 10 mari grupuri. Cercetatorii au impartit piata in mai multe segmente diferite. Ei au incercat sa afle daca un anumit brand este preferat de oameni tineri sau in varsta, casatoriti sau necasatoriti, bogati sau saraci, educati sau needucati. Folosind aceste 10 grupuri, un numar din ce in ce mai mare de organizatii internationale reusesc sa-si identifice caracteristicile fiecarui segment de piata pe care opereaza. Mosaic Global ofera organizatiilor baza pentru dezvoltarea unor structuri optime de identificare si tintire a clientilor, si ofera o metoda eficienta de a asigura consistenta comunicatiilor in intreaga lume.

Grupuri si Tipuri Mosaic Romania

A Simboluri ale succesului (2,59%)

A01 Clasa si influenta

A02 Elita matura

A03 Tineri, destepti si cu bani

B Oportunitate si dinamism (4,42%)

B04 Oportunitate si bani

B05 Turism si traditie

B06 Ambitie suburbana B07 Oamenii logisticii

C Prosperitate regionala (5,61%)

C08 Succesul academic

C09 Intelectualitatea urbana

C10 Patronii orasului

C11 Noii intreprinzatori

D Clasa de mijloc (7,2%)

D12 Clasa de mijloc cu carte

D13 Familii asezate

D14 Munca de birou

D15 Functionarii modesti

D16 Clasa medie stabile

D17 Meseriasii orasului

D18 Viata la periferie

E Viata industrială (18,46%)

E19 Maistrii la centrale

E20 Sefii de echipa

E21 Provincialii asezati

E22 Suburbii industriale

E23 Servicii si intretinere

E24 Dependenti industriali

F Provincialul cumpatat (15,84%)

F25 Intreprinzatorii provinciali

F26 Gazdele de la bai

F27 Orasenii linistiti

F28 Rutina zilnica

F29 Viata de miner

G Viata la tara (9,24%)

G30 Satenii rânduiti

G31 Batrânete cenusie

G32 Izolati si nevoiasi

H Satul trudit (3,58%)

H33 Familii stradalnice

H34 Trai auster

H35 La marginea padurii

I Batrâni si saraci (17,53%)

I36 Satul de polygon

I37 Bunicii neajutorati

I38 Satul molcom

I39 Batrâni singuri si saraci

I40 Saracia care doare

J Uitati de lume (15,54%)

J41 Marginalizati dar cu speranta

J42 Traditional multicultural

J43 Rromii tineri

J44 Impovarati de griji

J45 Saraci lipiti