

# Mosaic: Peste jumătate de milion de români au proprietăți evaluate la mai mult de 250.000 de euro

*Numărul românilor cu proprietăți de peste 500.000 de euro depășește 100.000, potrivit segmentării demografice Mosaic.*

CRISTIANA GROZA

**S**egmentarea Mosaic a fost dezvoltată de compania româno-britanică Geo Strategies în parteneriat cu Experian, companie cu afaceri de peste 2,5 mld. euro din cercetări de piață.

Geo Strategies, care furnizează mijloace și servicii de sondare a preferințelor consumatorilor, a clasificat populația României în 10 grupe și 45 de subgrupe. Segmentarea s-a realizat în funcție de variabile demografice, financiare și socio-economice, dar în principal conform caracteristicilor specifice proprietăților pe care le deține o grupă sau alta, valorii și locației acestora.

„Mosaic este o segmentare geo-demografică care se bazează pe faptul că atunci când o persoană decide unde dorește să locuiască, preferă o vecinătate în care ceilalți locuitori au un stil de viață și aspirații asemănătoare“, explică Daniela Florea, director general Geo Strategies.

În medie, o tipologie Mosaic delimitează un grup (o vecinătate) de 200 de gospodării în România sau 60 în București.

„Aceasta e marja în care se poate spune că populația e omogenă. În București, este posibil ca o vecinătate să nu depășească un bloc“, spune Daniela Florea.

Valorile proprietăților, precum și nivelul de trai al populației care deține aceste proprietăți, sunt aranjate, conform clasificării Mosaic, în ordine descrescătoare.

Prima grupa din segmentare, cea care, după descrierea dezvoltatorilor, cuprinde persoanele de succes atât în viața personală cât și în sfera profesională, cu educație superioară și venituri mari, grupă numită „simboluri ale succesului“, cuprinde 2,59% din populație, adică circa 600.000 de persoane, care dețin proprietăți cu valori cuprinse între 250.000 de euro și un milion de euro.

La cealaltă extremă a segmentării, denumită sugestiv „uitați de lume“, se află

15,54% din populație. Prin urmare, 3,5 milioane dintre români dețin proprietăți a căror valoare variază între 15.000 de euro și 40.000 de euro.

„Informația aceasta este foarte dinamică, iar noi ne propunem să îi urmăm evoluția din perspectiva tipologiei omului care trăiește în vecinătățile stereotip. Fiecare dintre cele 45 de subgrupe trebuie abordate cu tehnici de marketing specifice, adaptate statutului lor economic, cultural și social“, explică Daniela Florea.

Proiectul de segmentare demografică se adresează diferitelor tipuri de organizații, atât companiilor cât și guvernelor.

„Sectorul financiar, retail, de proprietăți și sectorul public sunt cei mai puternici utilizatori. Tipul de locuitor sau vecinătatea și localizarea acesteia sunt jaloane esențiale în direcționarea eficientă a programelor de marketing, atât ca și conținut cât și din punctul de vedere al mijloacelor de comunicare alese“, spune Daniela Florea.

În esență, prețurile unui serviciu de consultanță pentru o organizație care dorește să beneficieze de asistența Geo Strategies în obținerea informațiilor despre consumatorii cărora se adresează, pot varia în jurul a

10.000-15.000 de euro, după temă, iar softul necesar poate ajunge la aproximativ 300.000 de euro.

„Bugetele depind de întrebările la care se solicită răspunsuri. În esență, complexitatea pentru acoperirea geografică, nivelul de detaliu, și timpul necesar analiștilor pentru interpretare, sunt

cele care definesc prețul serviciilor. Un alt element definitoriu este calitatea datelor clientului, acestea influențând efortul necesar pentru pregătirea de racordare la Mosaic“, spune Daniela Florea.

Proiectul Mosaic a fost deja aplicat în 25 de țări precum Marea Britanie, Australia, Noua Zeelandă, Japonia, Statele Unite și Spania pentru mai mult de un miliard de locuitori. România este prima țară din centrul și estul Europei căreia îi este aplicată



FOTO: Gulliver/Getty Images

această strategie de segmentare a consumatorilor.

Printre funcțiile pe care segmentarea le-a îndeplinit pe diverse piețe se numără: identificarea segmentelor de populație cu cel mai mare risc diabetic pentru Department of Health, Marea Britanie, utilizarea Mosaic ca unealtă de prevenire a crimei prin profilarea fenomenelor infracționale la nivel de vecinătate pentru Metropolitan Police, Marea Britanie, analiza deprinderii în anumite zone pentru atragerea Fondurilor Structurale pentru cabinetul vice-prim-ministrului Marii Britanii, estimarea performanței în vânzări pentru producătorii de autovehicule Renault din Europa.

„Sunt peste 10.000 de organizații în lume care utilizează Mosaic“, estimează Daniela Florea. Printre acestea se numără Deutsche Bank, MorganStanley, HSBC, ING, PricewaterhouseCoopers, KPMG, Bauhaus, Wal-Mart, Tesco, Orange, MacDonald's, Spar, Dell, InterSport, Jaguar, Honda, Renault, Vodafone.

În ceea ce privește România, conceptul este încă recent, dar datorită mediului local tot mai competitiv îndeosebi în sectorul bancar și al asigurărilor, retail și real estate, interesul este mare, iar companiile sunt interesate de beneficii. „În prezent, derulăm pentru un număr de clienți proiecte de con-

sultanță pentru demonstrarea beneficiilor rezultate din profilarea clienților, evaluarea performanțelor rețelei din teritoriu în funcție de profilul zonei, și corelarea performanțelor unor branduri cu tipologia Mosaic la nivel de țară“, spune Daniela Florea.

Tipul de segmentare Mosaic a fost gândit de profesorul Richard Webber, în anii '70 când a fost numit de Guvernul Marii Britanii să analizeze cauzele deprinderii din zona Liverpool.

„Relația dintre acest tip de segmentare a populației și studiile de piață este una complementară“, spune Daniela Florea. În timp ce studiile de piață sunt bazate pe sampling, Mosaic se bazează pe întreaga populație a unei țări. „64% din Mosaic România e bazat

pe factori contextuali, care nu se schimbă rapid sau frecvent. Market research este ad-hoc, la un punct în timp.“

Geo Strategies Limited, compania pe care o conduce Daniela Florea, este co-proprietar Mosaic România, franciză și partener exclusiv pentru Experian Business Strategies pentru România. Geo Strategies și Experian dezvoltă împreună și alte proiecte în regiunea central și est-europeană.

Experian Group este listat pe bursa de la Londra și este una dintre companiile care constituie indicele FTSE 100. Compania, cu afaceri în 60 de state, are sediul la Dublin, în Irlanda și are peste 12.500 de angajați în 32 de țări. Vânzările anuale depășesc 2,5 miliarde de euro.

**Daniela Florea**

director general Geo Strategies

Sectorul financiar, retail, de proprietăți și sectorul public sunt cei mai puternici utilizatori. Tipul de locuitor sau vecinătatea și localizarea acesteia sunt jaloane esențiale în direcționarea eficientă a programelor de marketing, atât ca și conținut cât și din punctul de vedere al mijloacelor de comunicare alese.