

Atlantic mise sur le **géomarketing** **à la carte**

En choisissant d'implémenter la solution GeoConcept Enterprise, Atlantic se dote d'un véritable support d'aide à la décision pour optimiser les performances du Groupe.



— **Le challenge d'Atlantic : exploiter le potentiel de ses secteurs commerciaux**

Fondé en France en 1968, le Groupe Atlantic s'appuie sur une forte culture d'industriels, mais aussi sur un état d'esprit qui place les hommes au cœur de sa stratégie. Aujourd'hui, le Groupe Atlantic est composé de 6 marques stratégiques et complémentaires, créatrices de solutions de confort thermique.

Avec 4200 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 840 millions d'euros en 2010, le Groupe Atlantic est une société en pleine croissance, présente dans de nombreux pays (France, Belgique, Espagne, Pologne, Suisse, Italie, Royaume-Uni, Ukraine, Egypte...).

Leader français sur le marché du chauffage et du chauffe-eau, Atlantic développe une vision globale du confort thermique afin de proposer la panoplie la plus large possible de solutions.

Afin d'accompagner son développement, en 2010, Atlantic cherche à se doter d'un outil cartographique qui permette l'acquisition d'une connaissance plus approfondie de ses secteurs géographiques.

Atlantic recherche un outil de géomarketing flexible permettant de réaliser des études approfondies sur ses performances commerciales et le maillage géographique de ses clients afin d'envisager de nouveaux axes de développements.



Les solutions thermiques Atlantic :

- Pompe à Chaleur
- Chaudière
- Solaire
- Chauffage électrique
- Chauffe-eau
- Climatisation
- Ventilation

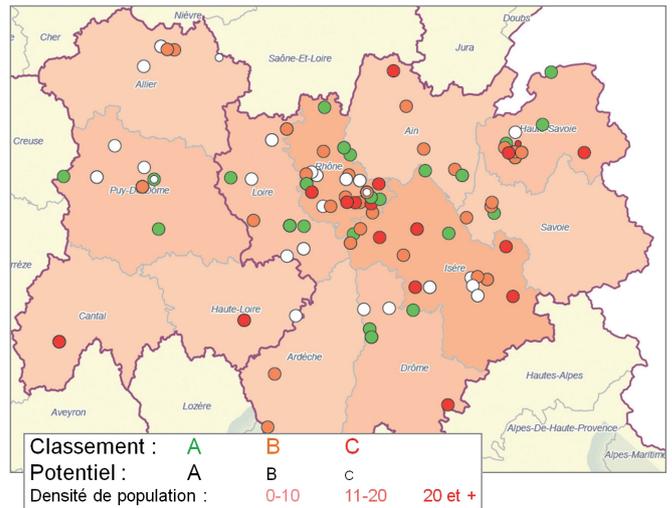
La réponse adaptée de GeoConcept : GeoConcept Enterprise

GeoConcept remporte l'appel d'offre avec sa solution GeoConcept Enterprise à la fin de l'année 2010.

«*Nous n'utilisons pas de solution de Géomarketing auparavant. Nous avons donc été particulièrement séduits par les possibilités de GeoConcept. Les besoins de notre cahier des charges initial étaient également respectés au plus près*», commente Sonia Derardja, Chargée de communication.

Offrant un environnement intuitif et convivial, GeoConcept Enterprise permet au Groupe Atlantic de réaliser régulièrement des rapports d'activités sous forme de cartes à destination de la direction commerciale et de la force de vente. Les équipes disposent ainsi de véritables supports visuels d'aide à la décision édités à la demande. Ces analyses présentent clairement les zones de chalandise des points de vente Atlantic, le potentiel des secteurs commerciaux (localisation des clients, prospects et concurrents) ainsi que les performances de chaque équipe commerciale.

La solution GeoConcept permet à la Direction de s'appuyer sur diverses analyses approfondies : résultats clients, maillage géographique, ... pour donner les futurs axes de développement.

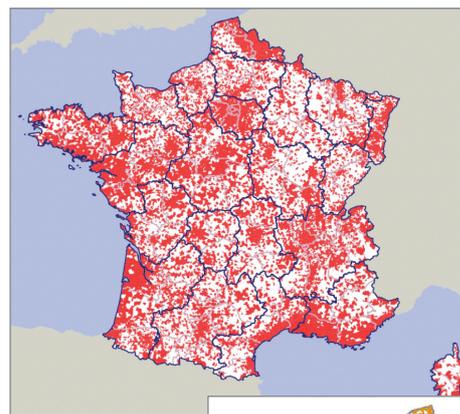


Déployer le géomarketing de manière transversale à l'entreprise

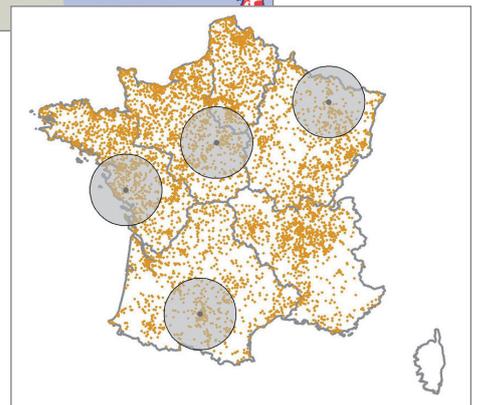
Au-delà de l'optimisation des performances commerciales, l'outil permet également de supporter certaines actions de marketing direct et de communication, par exemple assurer la promotion de leurs centres de formation.

«*Aujourd'hui, notre maîtrise de l'aspect cartographique est plus aboutie, nous permettant ainsi d'obtenir une réponse plus adaptée à nos différentes problématiques clients. De plus, les possibilités de l'outil nous permettent d'envisager de nouveaux axes de développements afin de répondre au mieux aux attentes de nos équipes* », explique Nelly Fiaut, Chargée d'études marketing.

D'autres collaborateurs de différentes entités du groupe viennent ainsi d'être formés à l'outil GeoConcept (chez Atlantic Climatisation Ventilation ou Thermor par exemple), laissant entrevoir de nouvelles applications du géomarketing au sein du groupe.



Communes pour lesquelles au moins 1 logement a pour combustible principal le «gaz de ville ou de réseau».
Source INSEE 2008



Sélection d'installateurs pour une opération de marketing direct par la création de zones tampons à 100kms des centres de formation.