



GeoMedia
Versione 4.0

Il client geografico universale

- ✓ massima integrazione con i più comuni formati GIS
- ✓ serie completa di strumenti per l'analisi spaziale
- ✓ predisposizione di layout di stampa e restituzione

.... da questa versione...

La release 4.0 del prodotto semplifica e modifica la procedura di stampa introducendo un nuovo "Plotting Workflow" indipendente da SmartSketch.

All'interno del prodotto è stato creato un nuovo tipo di finestra, la "Layout Window", che consente di organizzare, ordinare i dati grafici e le relative legende per la stampa. Sono state implementate funzionalità e strumenti (simboli, nord geografico, stili di linee ecc..) per facilitare e migliorare la qualità dei dati da stampare

In termini di integrazione con i database senza l'ausilio di strati software proprietari (middleware), questa release introduce nuovi data server e consente di accedere direttamente ai dati in formato Oracle 8i Spatial Object, SQL Server, ODBC Tabular.

INTERGRAPH

Intergraph Italia L.L.C.

Strada 7, Palazzo R1- Milanofiori
20089 Rozzano (MI)

Tel. (02) 575451 - Fax (02) 57512470

e-mail: info-italy@ingr.com

<http://www.intergraph.com/software/geomedia>



Il Geomarketing, strumento indispensabile nella gestione degli investimenti

Le nuove soluzioni tecnologiche creano differenza competitiva nei settori fortemente "customer oriented"

Geomarketing, investimenti sotto controllo

Tutte le imprese che operano sul mercato hanno evidentemente la necessità di conoscere a fondo le caratteristiche dei propri clienti e del bacino geografico in cui questi risiedono. L'unione dei dati geografici e dei dati socio-economici ed aziendali offre oggi a direttori marketing e commerciali la possibilità di capire in modo immediato ed efficace la situazione di un dato territorio e le potenzialità di risposta di questo ad un determinato prodotto. Il Geomarketing opera proprio in questo senso aggregando, attraverso un software dedicato, i dati su clienti e possibili clienti con carte geografiche nelle quali siano rappresentati i nuclei abitativi, le infrastrutture, le reti viarie e di trasporto ecc..

Utilizzando in maniera perfettamente integrata tutte le informazioni sui clienti, sarà così più facile individuare le aree di maggior interesse commerciale, quelle non coperte dalla propria rete commerciale o dalla concorrenza, o ancora le caratteristiche socio-economiche dominanti in quell'area. Sfruttando questi dati sarà possibile individuare se e dove aprire un nuovo punto vendita o una filiale, se i risultati di un franchising possono essere migliorati o meno, impostare correttamente una campagna di marketing, investendo opportunamente il budget in attività di direct-marketing mirato o inserendo le proprie pubblicità nelle aree a più alto traffico.

I settori di applicazione

Il Geomarketing interessa ogni tipo di azienda. Questo perché ogni realtà che offre prodotti o servizi deve conoscere a fondo il proprio mercato di riferimento e le caratteristiche dei propri clienti. Le aree dove tuttavia il Geomarketing offre insostituibili vantaggi sono in particolare:

- il settore bancario

- il settore assicurativo
- il settore immobiliare
- il settore dei trasporti e delle telecomunicazioni
- la grande distribuzione

L'utilizzo del Geomarketing permette, ad esempio, di strutturare in modo più adeguato la propria forza vendita, potendo oltretutto fissare obiettivi commerciali adeguati, di localizzare in modo più puntuale i clienti attuali e potenziali e di definire target concreti per azioni promozionali o di pubblicità. Sarà inoltre possibile studiare meglio dove e quando aprire un nuovo punto vendita o una nuova filiale, avendo più dati per una valutazione dei rischi connessi.

Gli Elementi Costitutivi del Geomarketing

Brevemente, il Geomarketing può dirsi composto di tre elementi fondamentali:

- il Software GIS (Geographic Information System)
- i dati socio-economici ed aziendali
- i dati cartografici digitali

I GIS realizzano una descrizione e mappatura del territorio integrando una molteplicità di dati: applicato al marketing, tutto ciò significa un'ottimale acquisizione, gestione, analisi e produzione di tutte quelle informazioni necessarie al business interessato. La molteplicità di dati che devono essere integrati (numerici, informativi, cartografici) fa sì che il software sia tanto più efficiente quanto più è in grado di gestire sistemi eterogenei tra loro.

Oggi questi applicativi, pur mantenendo integre tutte le funzionalità, sono stati integralmente ripensati per l'interfaccia Windows e trasformati in strumento di assai semplice utilizzo e di costo contenuto. Nodo essenziale in una soluzione GIS, i dati socio-economici sono il cuore del sistema: ad essi appartengono dati numerici sulla popolazione, il reddito pro-capite, l'età, il sesso, i trend di trasformazione ecc. a cui possono essere aggiunti

tipici dati aziendali sui clienti, la rete di vendita, le quote di mercato. L'80% di tutti questi dati possono essere geo-riferiti, ovvero rappresentati graficamente in modo sintetico rispetto al territorio di appartenenza o comunque riferito a entità georeferenziate. I dati cartografici digitali sono la rappresentazione dei dati socio-economici ed aziendali analizzati di cui si è detto sopra. Possono essere di due tipi: "raster" per un utilizzo di tipo estetico, a miglioramento dell'interpretazione dei dati; "vettoriali" se collegati ad attributi alfanumerici ed organizzati su livelli (strade, edifici, aree verdi,...). Le architetture implementabili possono essere dipendentemente dalla realtà e dall'organizzazione aziendale, stand-alone o client/server piuttosto che WEB, mantenendo comunque inalterato il database di riferimento.

La risposta nei prodotti

La risposta di Intergraph a tutte queste problematiche si esprime in una vasta gamma di soluzioni:

GeoMedia Professional, è il primo prodotto sviluppato appositamente per l'acquisizione e la gestione di dati spaziali, in grado di interagire perfettamente con i database relazionali standard. E' il sup-

porto ideale per un "Doers" (i tecnici specializzati che producono e convalidano i dati). Questo software GIS riduce in modo significativo il numero di operazioni necessarie all'operatore e supporta i database relazionali standard, tra cui Microsoft Access e Oracle SDO/SC. L'archiviazione dei dati - inclusi quelli spaziali - all'interno di un database relazionale facilmente accessibile da tutta l'azienda, consente ai vari reparti di avere un forte controllo sui dati, di tenere aggiornate le mappe e le informazioni ad esse correlate, di ridurre ridondanze ed errori. Invece di archiviare dati geometrici in database GIS o CAD proprietari il cui accesso implica l'uso di software complessi, gli utenti di GeoMedia Pro si avvalgono di un unico database che usa tabelle standard. Gli utenti hanno inoltre la possibilità di selezionare gli strumenti di personalizzazione che meglio si adattano alle loro necessità, tra cui Visual Basic, Visual C++, PowerBuilder, Delphi, Excel, Fox-Pro e Access.

GeoMedia, uno strumento per la visualizzazione e l'analisi, ed anche una piattaforma per soluzioni GIS personalizzate. Noto come il "client geografico universale", GeoMedia permette di effettuare connessioni in tempo reale per l'utilizzo dei dati geografici all'interno di archivi nativi, garantendo il costante aggiorn-

namento delle informazioni. Gli utenti possono integrare i dati automaticamente, effettuando trasformazioni di coordinate e definizioni di feature "on the fly", con attività di analisi di vario livello, dal semplice al complesso.

GeoMedia Web Map, l'unico strumento per la visualizzazione di mappe su Web in grado di collegarsi in tempo reale ad una o più data warehouse GIS e di pubblicare informazioni aggiornate. Le informazioni vengono rese disponibili su reti intranet o Internet affinché gli utenti possano accedere a mappe vettoriali intelligenti, contenenti degli ipercollegamenti. GeoMedia Web Map, utilizzato insieme a GeoMedia Web Enterprise, è in grado di eseguire analisi spaziali e di rete.

GeoMedia Web Enterprise, ultimo nato della famiglia GeoMedia, estende le funzionalità di analisi di GeoMedia Web Map e ne incrementa l'utilizzo. Risiede su un server e consente ad un'intera organizzazione di visualizzare e analizzare i dati geografici senza la necessità di avere il software su ogni macchina. Offre una serie di strumenti che permettono di risolvere una gran varietà di problemi geospaziali su Web, quali l'instradamento dei veicoli, la geocodifica, le query spaziali, il labeling e la generazione di zone di rispetto.

**GIS
NEWS**

Gli utenti WAP di 13 paesi europei sapranno finalmente dove andare

La cartografia di Tele Atlas, mediante un accordo di cooperazione, sarà messa a disposizione della società norvegese Pocket-IT, che potrà così integrare i suoi servizi anche nel resto dei paesi europei. Pocket-IT è nata ad Oslo all'inizio di questo anno e dai primi di marzo fornisce servizi di localizzazione per gli utenti di telefonia mobile su piattaforma WAP in sei città norvegesi. I servizi riguardano sia la visualizzazione delle mappe con i punti di interesse, sia altre modalità avanzate come il calcolo del tragitto più breve, la ricerca di indirizzi e la ricerca per prossimità di esercizi commerciali come farmacie, ecc.. I servizi di localizzazione automatica saranno disponibili invece quando le aziende di telefonia li renderanno disponibili.

(fonte:Tele Atlas)

Il GIS in viaggio verso New Economy ed E-government

GISItinera è ormai l'iniziativa del GIS itinerante che caratterizza gli eventi del GIS in Italia. L'edizione 2001 si apre con "Lo sviluppo delle nuove applicazioni GIS in Italia: viaggio tra le applicazioni italiane dalla New Economy all'E-government". Questo l'annuncio che è stato appena dato sulla caratterizzazione dell'evento, che si svolgerà quest'anno in maniera del tutto inusuale, ovvero con un pullman attrezzato di tutto punto che farà circa 40 tappe in giro per l'Italia, sostando in diverse città e in diverse occasioni come eventi del settore, a cominciare dal ForumPA a Roma e per finire allo SMAU a Milano.

Sui prossimi numeri una mappa completa delle date e delle tappe del pullman tecnologico che porterà il verbo del GIS in giro per l'Italia.

(fonte: redazionale)