La nuova frontiera della Market Intelligence

Sapere dove arriva una rete è importante. Capire quanti clienti la utilizzano, quali operatori crescono e dove si concentra la concorrenza ancora di più.



Telco Data e Mobilewalla hanno stretto un accordo con l'obiettivo di mettere a disposizione di operatori telefonici, investitori e società di consulenza strumenti di analisi capaci di andare oltre i tradizionali dati di copertura. Non soltanto una fotografia delle infrastrutture disponibili, quindi, ma una lettura più approfondita di come si muovono i clienti, di quali operatori riescono a conquistarli e di come cambiano gli equilibri competitivi nelle diverse aree del Paese.

Il progetto

Il progetto nasce dall'integrazione di due competenze complementari. Da una parte Telco Data Company, specializzata nella raccolta e nell'elaborazione di informazioni sulle infrastrutture di telecomunicazione italiane. Dall'altra Mobilewalla, che attraverso la piattaforma Market Flow analizza le dinamiche della domanda utilizzando dati aggregati e anonimizzati relativi ai dispositivi e alla mobilità.

Il risultato è un sistema che consente di esaminare le quote di mercato broadband e mobile su base territoriale, individuare i flussi di clienti tra operatori e misurare l'intensità della concorrenza nelle diverse zone. Informazioni che possono diventare particolarmente utili per decidere dove rafforzare una rete, concentrare gli investimenti commerciali o intervenire per contrastare la perdita di clienti.

Il punto centrale è distinguere la copertura dall'utilizzo effettivo dei servizi. Due territori possono avere infrastrutture e disponibilità di connessione molto simili, ma registrare risultati commerciali profondamente diversi. La presenza della fibra o di una rete mobile, da sola, non garantisce infatti che gli utenti scelgano di attivare un servizio con un determinato operatore. Per colmare questa distanza, Telco Data Company mette a disposizione una base informativa sulle infrastrutture che arriva al dettaglio del singolo indirizzo, ottenuta attraverso sistemi proprietari di raccolta, geocodifica ed elaborazione dei dati di copertura. Mobilewalla aggiunge invece la componente legata alla domanda, elaborando segnali osservati su larga scala attraverso modelli analitici proprietari, nel rispetto delle normative applicabili in materia di privacy.

L'approccio permette di affiancare alle rilevazioni tradizionali un'analisi dei comportamenti di mercato che non si basa esclusivamente su panel campionari, offrendo una maggiore profondità nella lettura delle dinamiche locali.



FEDERICO FARIOLI
Ceo di Telco Data Company, società italiana specializzata in soluzioni di Network Intelligence e Market Intelligence per il settore delle tlc.

«Un indirizzo coperto non è necessariamente un indirizzo attivo»

«Il nostro obiettivo è offrire ai clienti una visione del settore più completa e misurabile»

Federico Farioli



ANINDYA DATTA
Founder & Ceo di Mobilewalla, società specializzata in consumer intelligence e vertical AI, che sviluppa soluzioni per l'analisi dei comportamenti dei consumatori.

OLTRE LA COPERTURA
Quote di mercato broadband e mobile, flussi di acquisizione e perdita dei clienti e correlazione tra disponibilità della rete e performance commerciale.

Le applicazioni del progetto

Per gli operatori di telecomunicazioni le applicazioni sono diverse. Dalla possibilità di individuare territori con un buon potenziale commerciale ancora poco sfruttato alla pianificazione delle campagne di acquisizione, fino all'identificazione delle aree nelle quali un concorrente sta rafforzando la propria presenza. Anche le strategie di sviluppo infrastrutturale possono beneficiare di una maggiore correlazione tra disponibilità della rete e domanda.

"La disponibilità tempestiva di dati commerciali e insight è diventata un fattore sempre più importante nei processi decisionali strategici del settore delle telecomunicazioni", ha dichiarato Federico Farioli, CEO di Telco Data Company. "Da anni lavoriamo per aggregare e correlare dati di mercato lato offerta: copertura broadband, infrastrutture, presenza territoriale degli operatori e dinamiche competitive. La partnership con Mobilewalla aggiunge una dimensione che finora mancava: l'adozione e i comportamenti osservati degli utenti. Il nostro obiettivo è offrire ai clienti una visione del settore più completa e misurabile."

"Per Mobilewalla, questa partnership rappresenta un passo importante nel mercato italiano", ha dichiarato Anindya Datta, Founder & CEO di Mobilewalla. "Collaborare con un partner così specializzato ci consente di adattare le nostre soluzioni al mercato italiano con un elevato livello di accuratezza e di contestualizzazione locale, rendendole al tempo stesso accessibili attraverso un unico punto di riferimento specializzato. Riteniamo che la combinazione tra dati osservati lato domanda e dati lato offerta relativi alle infrastrutture di rete rappresenti uno degli sviluppi più interessanti nel campo della telco data intelligence."

La collaborazione non è soltanto un progetto di sviluppo futuro. Le prime soluzioni sono già disponibili sul mercato e vengono utilizzate per attività di analisi e Market Intelligence nel settore italiano delle telecomunicazioni.

In un mercato nel quale la competizione si gioca sempre più sulla capacità di conquistare e mantenere i clienti, oltre che sull'estensione delle infrastrutture, disporre di informazioni territoriali dettagliate può fare la differenza. La sfida, adesso, sarà trasformare questa maggiore disponibilità di dati in decisioni commerciali e investimenti realmente più efficaci.