

Geomarketing: inteligencia de localización, prospección comercial y expansión

El uso de tecnologías de georreferenciación de datos en mapas digitales facilita analizar patrones de proximidad entre clientes, proveedores y competidores dentro del ecosistema de negocio. La aplicación de Geomarketing de inAtlas es una herramienta eficiente y estratégica que optimiza las acciones de marketing dirigidas tanto a captación de nuevos clientes como a su retención. Informa EKMB

Las empresas a la hora de elaborar sus estrategias empresariales y metas comerciales o detectar oportunidades de negocios para localizar y conocer al cliente, analizar el tamaño y las características de su oferta y demanda, puntos de ventas, sucursales, competencia etc, recurren cada vez más al Geomarketing con el objetivo de conseguir una mayor rentabilidad y optimizar cualquier tipo de negocio.

inAtlas, empresas del sector infomediario español, ha reunido tecnologías avanzadas de Analítica de Localización y de Visualización de Geodatos y ha desarrollado una solución pionera de Geomarketing que integra en una aplicación web, online, herramientas de estudios de mercado a partir de consultas territoriales sobre 3,6 millones de empresas y autónomos activos y 46 millones de consumidores de España. Resulta imprescindible, explica Luis Falcón, CEO de inAtlas “utilizarla a la hora de tomar decisiones de localización y ubicación de negocios gracias a su capacidad de analizar, controlar y gestionar los datos con dimensión geográfica”.

Los principales usos de la solución de inAtlas son tres:

1. enriquecimiento y construcción de inteligencia de localización, geolocaliza a los clientes buscando espejos en el censo empresarial y a través de los perfiles sociodemográficos de España;
2. prospección B2B y B2C, busca aquellas zonas de mayor concentración de prospectos, permitiendo la descarga inmediata de sus datos y la optimización de rutas comerciales;
3. expansión, se utiliza a la hora de buscar lugares óptimos para la apertura de nuevos establecimientos, locales o franquicias y para realizar análisis de canibalización entre establecimientos propios o de la competencia con base en la saturación de la cuota de mercado.

Esta solución permite, además de la integración y analítica con datos externos, realizar menús y segmentaciones empresariales y sociodemográficos personalizados tanto a macro-escala (comunidades autónomas, provincias, municipios, códigos postales) como en micro-escala, en áreas e influencia alrededor de lugares determinados y a igual distancia en tiempo. Ofrece una información estratégica, de alto valor añadido, clave a la hora de simplificar y optimizar el proceso de toma de decisiones de negocio, así lo afirma, Silvia Banchini, Directora General de inAtlas, “nos permite decidir

cuál puede ser la mejor localización para un nuevo negocio o sucursales, mediante estudios de mercado e información de la competencia y, buscar oportunidades e información rápida sobre negocios, mercados, oferta inmobiliaria y puntos de interés en las principales ciudades de España”.

Para terminar, esta solución agiliza los procesos de estudio de mercado, así como de análisis de oportunidad para dirigir campañas comerciales, búsqueda de clientes potenciales espejos, enriquecimiento de carteras y estrategias de expansión. La consulta, de información, es transmitida y representada en los mapas de manera ágil y rápida e incluso permite su descarga mediata. No requiere instalación de software, ni de ningún analista de datos para extraerlos. Admite procesos de personalización flexibles para integrarlos o sincronizarlos con el CRM de la empresa.

inAtlas: empresa especializada en Location Analytics que ofrece soluciones estratégicas de negocios basadas en la ubicación. Ha creado una tecnología propia que aumenta la velocidad de cálculo de datos geoespaciales, permitiendo una alta flexibilidad de personalización, visualización e integración continua de bases de datos diversas. Desarrolla soluciones tecnológicas para gobiernos y para empresas privadas de bancos y seguros, telecomunicaciones, energía, hostelería, comercio mayorista y minoristas, concesionarios, fabricantes, así como modelos analíticos a medida para la búsqueda de prospectos espejos, lugares óptimos de expansión, oportunidades de ventas cruzadas y prevención de fugas. En joint venture con Informa D&B, líder español en la oferta de Información comercial y financiera de empresas, ofrecen una competitiva herramienta de Geomarketing que permite descubrir los patrones de comportamientos y dinámicas de proximidad entre clientes, proveedores y competidores, para optimizar las acciones de marketing dirigidas tanto para captación de nuevos clientes como para su retención.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting
912792470

Nota de prensa publicada en: [EKMB.- Madrid](#)

Categorías: [Marketing](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>