

Ventajas del Geomarketing aplicado al sector insurance según inAtlas

El sector insurance ha sabido aprovechar las oportunidades del Geomarketing para tomar decisiones anticipadas apoyadas en variables georreferenciadas. La herramienta, Geomarketing, desarrollada por inAtlas permite agilizar los procesos de estudios de mercados, detectar las zonas de oportunidad para dirigir campañas comerciales y estrategias de expansión

Las empresas están adaptando sus modelos de negocio al nuevo entorno económico con la implementación de tecnologías con el objetivo de liderar la disrupción y la digitalización, además de ofrecer un valor añadido a los clientes, y aprovechar la conectividad para estar a la vanguardia en innovación. En este sentido, las empresas del sector insurance han sabido aprovechar las oportunidades que las herramientas de Sistemas de Información Geográficas - SIG y las nuevas tecnologías proporcionan para rentabilizar sus negocios y buscar nuevos clientes a través de sus redes de agentes y corredores de manera más eficiente.

El Geomarketing, apoyado en variables georreferenciadas de datos en mapas, constituye un instrumento imprescindible en el nuevo ecosistema empresarial para saber dónde dirigir las ventas de nuevas pólizas a la hora de optimizar las acciones de captación de nuevos clientes como su retención y descubrir los patrones de más mayor recurrencia en la siniestralidad en hogares, movilidad, salud, y en créditos a las empresas. inAtlas, empresa especializada en Location Analytics ha desarrollado una aplicación de Geomarketing para el sector Seguros, en la “que relaciona datos catastrales (tipo de viviendas, m2, presencia de piscina, jardín, num. de baños, etc.) con datos de tipologías y de renta de las familias, datos de matriculaciones de vehículos privados, entre otros para el mercado B2C así como datos para el mercado B2B, relativos al riesgo de las empresas actualizado al día por su empresa partner, Informa D&B, líder en el mercado ibérico en venta de información comercial y financiera”, según manifiesta su directora general, Silvia Banchini.

La solución de inAtlas, Geomarketing, integra Bases de Datos internas del cliente y externas de mercados potenciales y permite en el caso del sector insurance agilizar los procesos de estudios de mercados, detectar las zonas de oportunidad para dirigir campañas comerciales y estrategias de expansión. Ofrece consultas rápidas en mapas sobre la información contenida y la posibilidad de descarga inmediata. Reúne tecnologías avanzadas de Analítica de Localización y Visualización de Geodatos, para integrar en una única aplicación web, online, herramientas de estudios de mercado a partir de consultas territoriales sobre 3,6M de empresas y autónomos activos y 46M de consumidores de España.

La aplicación, Geomarketing, desarrollada por inAtlas aporta las siguientes ventajas a las empresas del sector insurance:

Geolocalización de cartera de clientes mediante carga de CIF (clientes y exclientes)

Enriquecimiento de cartera y búsqueda automática de prospectos espejos. Adquisición de inteligencia de negocio;

Sincronización completa con el CRM del Cliente para la actualización diaria de los clientes y agentes y la habilitación de menús específicos de segmentación y geo-analítica.

Consultas y descarga de datos comerciales y financieros de balances de cada empresa.

Perfiles para estrategias de cross-selling y prevención de fugas

Creación de una ficha-informe personalizado de cada empresa consultada, exportable a pdf.

Monitorización de una métrica empresarial sobre el estado financiero y comercial de la empresa además de su métrica de negocio (pólizas vendidas, ratio de conversión, margen técnico, rentabilidad, etc.).

Estudio de rentabilidad de la distribución territorial de agentes y corredores

Nivel de personalización con integración de un menú dinámico de segmentación, consulta y edición de los datos de campañas de marketing.

Su funcionamiento es sencillo, gracias a la prospección de macrozonas analiza el mercado con filtros para descubrir dónde están sus prospectos. Mediante la definición de áreas de influencia analiza la proximidad de oportunidades de negocio concentrando en lugares determinados la búsqueda y la descarga inmediata de los datos de contactos de nuevos clientes. Al mismo tiempo, y así lo señala la directora general de inAtlas, dicha solución logra una mayor precisión y comprensión del comportamiento del mercado, permitiendo a sus clientes anticiparse y enfrentarse a los desafíos de cara a la competencia. Posibilita localizar aquellas zonas donde es más probable la captación de nuevos prospectos, además de detectar zonas óptimas para la expansión y la rentabilización de nuevas inversiones.

Conocer el comportamiento de una empresa en el mapa, permite actuar con diligencia y encontrar oportunidades de negocio, aumentar la competitividad de las empresas basado en la localización y monitorización del comportamiento de los clientes, competidores y proveedores.

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: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Software](#) [Seguros](#) [Recursos humanos](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>