

Localización Analytics, herramienta imprescindible para seleccionar la mejor ubicación para una franquicia

Esta tecnología basada en la ubicación, geomarketing, ofrece muchas oportunidades y posibilidades de éxito, expansión y crecimiento para franquicias y cadenas de tiendas. Una buena ubicación debe tener en cuenta: dónde, quienes y cómo son los clientes

¿Se tiene suficiente cobertura geográfica? ¿El número de establecimientos es el adecuado? ¿Dónde se puede ubicar un nuevo punto de apertura? ¿Cómo medir los rendimientos? Son algunos de los principales interrogantes que se plantean las cadenas de tiendas y franquicias a la hora de trazar una estrategia de crecimiento, expansión geográfica u optimización de su red comercial. Tecnologías como Location Analytics se han convertido en una gran aliada para las cadenas de tiendas y franquicias al facilitar y simplificar la ardua tarea de expansión de sus negocios, con una mayor probabilidad de éxito y una mejor competitividad. La inteligencia de localización es utilizada como una estrategia útil que permite reconocer patrones de éxito y riesgo, conocer tendencias para seleccionar las ubicaciones más favorables de expansión que, en definitiva, reportarán mayores ingresos al empresario como consecuencia de mejores ventas.

La ubicación de un negocio, junto a las características del espacio, juegan un papel fundamental en la posición y en las posibilidades competitivas de un negocio logrando determinar el éxito de su expansión, por ejemplo, en cadenas de tiendas o franquicias en la ampliación de su red de puntos de ventas. Su elección dependerá de factores dispares como: la visibilidad y acceso, la presencia de competencia en la zona y del conocimiento del cliente.

Gracias a la información obtenida de datos sociodemográficos, a través de la combinación de diferentes herramientas tecnológicas, es posible analizar y recabar todo tipo de información para trazar las estrategias de búsqueda de nuevas ubicaciones de un negocio en las diferentes etapas de iniciación, implementación o crecimiento. Estas estrategias son más conocidas por el nombre de geomarketing o geolocalización.

inAtlas, referente en el sector de la geolocalización español, ha reunido tecnologías avanzadas de Analítica de Localización y de Visualización de Geodatos desarrollando una solución pionera de Geomarketing que integra en una aplicación web, online, y herramientas de estudios de mercado y que según su directora general, Silvia Banchini, resulta imprescindible “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”.

Encontrar la mejor ubicación para la instalación de un negocio no es fácil, y si además se trata de un negocio en el que los clientes están a pie de calle, y hay que conseguir que entren en el mismo, aún es más complicado. Una buena ubicación debe tener en cuenta quienes y cómo son sus clientes. A este respecto, la aplicación de inAtlas ofrece una información estratégica, de alto valor añadido, clave en la

simplificación y optimización del proceso de toma de decisiones de negocio, así lo afirma su directora general, “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”. Los tres principales usos de esta aplicación, informa Banchini son: “enriquecimiento y construcción de inteligencia de localización, geolocaliza a los clientes buscando espejos en el censo empresarial a través de los perfiles sociodemográficos de España; dos, 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; y en tercer lugar, 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”.

El uso y la aplicación de inAtlas permite detectar, a través de los mapas de calor, las áreas de oportunidad y descartar aquellas zonas que no reúnen las condiciones precisas para el éxito. Gracias a su partnership con INFORMA D&B, los mapas de calor de lugares óptimos, que se ofrecen en las estrategias de expansión, son actuales y dinámicos. Se retroalimentan de manera permanente los datos del propio negocio con la actualización diaria de la información comercial y financiera del mercado empresarial de España, empresas y autónomos activos. Los mapas tienen un potencial mayor que los estudios de mercado clásico porque permiten representar y visualizar in situ donde se localizan los clientes, cómo es su distribución y hacer prospecciones de futuro a fin de mejorar la expansión y el crecimiento.

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](#) [Turismo](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>