

¿Dónde y cómo encontrar a los mejores clientes?

inAtlas, empresa del Grupo Informa, ofrece soluciones personalizadas online de Geomarketing, proporcionando estudios de mercados automáticos, basados en la ubicación de clientes, de los competidores cercanos y del propio negocio y, además, permite visualizar en un mapa de calor las mejores ubicaciones para cualquier tipo de negocio, en base al cumplimiento de variables recomendadas

¿Quién no se ha planteado alguna vez querer saber dónde encontrar más y mejores clientes para que el negocio siga creciendo y mejorando los ingresos? La respuesta a esta pregunta es compleja y requiere conocer y analizar el entorno económico, las tendencias, la competencia, entre otras variables. Hoy, es posible posicionarse y encontrar mejores clientes gracias a aplicaciones y herramientas tecnológicas que implementan y promueven el crecimiento y expansión de las empresas.

Un ejemplo es Geomarketing, solución online desarrollada por inAtlas, que permite visualizar el dato y que proporciona estudios de mercados basados en la ubicación de clientes, en los competidores cercanos y en el comportamiento del propio negocio. Facilita una visión completa del negocio basado en los patrones de éxito de su entorno. Para tomar las mejores decisiones de negocio no es suficiente con poseer la mejor información, también hay que saber cómo utilizar bien estos datos. Así, en el caso de la prospección lo principal es definir y localizar bien al público objetivo, una tarea compleja que desde inAtlas afirman “se simplifica radicalmente con la solución de Geomarketing”.

Geomarketing de inAtlas Informa, reúne tecnologías avanzadas de Analítica de Localización y Visualización de datos capaz de integrar en una única aplicación web, online, herramientas que detectan de manera fácil las zonas de mayor rentabilidad para los negocios y así perfeccionar sus acciones de marketing, acertar en la captación de nuevos clientes y su retención. Esta aplicación permite a los clientes:

Elaborar mapas de negocio por zonas de mayor concentración territorial de sus propios casos de éxito.

Generar Leads espejos para detectar nuevas áreas de captación.

Ubicación de su red de distribución y venta.

Integrar y combinar sus datos de negocio con datos B2B y B2C continuamente actualizados y con datos sectoriales de hábitos de consumo, footfall y mercado inmobiliario entre otros.

inAtlas aporta valor añadido a partir de una cualquier dirección enriqueciéndola con información de empresas, tipologías socioeconómicas de los hogares presentes en el portal, información catastral, así como indicadores del entorno de proximidad. Permite la consulta inmediata en mapas de empresas ubicadas en polígonos industriales, zonas comerciales abiertas, zonas logísticas y de flujos de personas en el espacio público (footfall) segmentados por residentes, trabajadores, estudiantes y turistas.

Entre las novedades que aporta Geomarketing, además del valor añadido y la ubicación del negocio, Silvia Banchini, directora general de inAtlas, señala que “esta herramienta aporta un valor diferencial, al permitir a los clientes la posibilidad de seleccionar una serie de variables y, en función de estas, obtener un mapa de calor a tiempo real de las mejores ubicaciones que cumplan con las variables requeridas”. Los heatmaps o mapas de calor, explica Banchini, “son elementos de comunicación que representan visualmente la síntesis de una información geográfica simplificada. Geomarketing, basado en la Inteligencia de Localización, crea mapas de calor de lugares óptimos para ampliar o abrir nuevos negocios empresariales”.

inAtlas: empresa especializada en Location Analytics que ofrece soluciones estratégicas de negocios basadas en la ubicación. Pertenece al Grupo Informa. Ha creado una tecnología propia que aumenta la velocidad de cálculo de datos geospaciales, 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: [Inmobiliaria](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Turismo](#) [Logística](#) [Seguros](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>