

El Footfall: palanca tecnológica e impulsora del sector retail y horeca según inAtlas

La Analítica de Localización, clave en la optimización de las estrategias al identificar tendencias, patrones significativos de los clientes y potenciales prospectos con aplicación práctica. La información del Footfall es esencial para impulsar el sector retail y horeca. El conocimiento de los clientes, cómo se mueven en el espacio público y cómo interactúan, gracias al procesamiento y análisis de datos, conforman una información de indudable valor para tomar decisiones acertadas y mejorar la rentabilidad

La Inteligencia de Localización, analítica de datos o georreferenciación han aportado numerosos beneficios a todos los sectores económicos; de hecho, las empresas recurren a ella para obtener ventajas competitivas. Los datos de ubicación proporcionan una información de incalculable valor que ayuda a: tener una percepción más precisa, descubrir patrones y tendencias, así como replantear y trazar estrategias de expansión específicas debido al mejor conocimiento de los clientes, sus relaciones y cómo interactúan.

El sector retail y horeca, al igual que el resto de los sectores económicos, no se ha quedado atrás, y ha apostado claramente por estar a la vanguardia de las tendencias, lleva años mejorando su eficacia gracias a la incorporación de los SIG y de las nuevas tecnologías de georreferenciación que analizan y procesan los datos, una información que puede visualizarse en mapas con indicadores de actividades comerciales de proximidad, de los competidores, prescriptores o proveedores, de los clientes y puntos de ventas, entre otros.

Una de estas herramientas de georreferenciación eficientes es Geomarketing, desarrollada por inAtlas, con aplicación práctica en Inteligencia de Localización, prospección comercial y expansión que optimiza las acciones, estrategias y toma de decisiones en el sector retail y horeca. Esta aplicación combina módulos de análisis y visualización en mapas de los datos del negocio interno de cada cliente con una información continuamente actualizada, también del Footfall según los perfiles de consumo de cuatro tipos de poblaciones (residentes, trabajadores en movilidad cotidiana al lugar de trabajo, turistas y transeúntes en movilidad no cotidiana atraídos hacia las principales zonas de tracción comercial y nodos de intercambios).

El Footfall es una palanca tecnológica clave para el sector retail y horeca al calcular el número de personas que hay o pasan por un determinado espacio público, local o centro comercial. El análisis Footfall, realizado por inAtlas, señala su directora general, Silvia Banchini, “aporta un potencial indudable a las empresas del sector. Por un lado, tiene la capacidad de dar el número total de personas que pasa por un área determinada e incluso por un portal y, por otro, logra clasificar a esas personas en función de los siguientes perfiles: según residentes, turistas, estudiantes y trabajadores.” La segregación, por perfiles, precisa Banchini, “es una incuestionable ventaja que nos diferencia de la competencia, ya que somos capaces de clasificar por perfiles a todas las personas que pasan delante de un portal”.

inAtlas proporciona dos tipos de datos: datos de presencia o volumetría, por portal o área determinada y datos de perfiles de estas personas. Para conocer estos indicadores, inAtlas combina datos de telefonía móvil por triangulación de antenas con datos de tracking GPS, así obtiene una precisión mucho mayor de los actuales productos disponibles en el mercado.

La actual incertidumbre del coronavirus, ha empujado a muchas empresas a impulsar la vía digital para sobrevivir, algunas ya han descubierto las nuevas posibilidades y oportunidades que brinda el Geomarketing y la Inteligencia de Ubicación a todos los sectores económicos, incluidos retail y horeca. Las nuevas tecnologías representan un salvavidas capaz de reactivar su actividad económica, reorientar sus capacidades estratégicas tecnológicas, incrementar su eficacia, competitividad y rentabilidad. La Inteligencia de Ubicación, según Banchini, “permite conocer el comportamiento del cliente basado en su localización. Sus patrones de movilidad simplifican los procesos de adquisición y fidelización de nuevos mercados, reducen los tiempos de conversión y coste y, por último, fortalecen las operaciones de planificación, gestión o expansión”.

En definitiva, una información que, bien utilizada, facilita el impulso de los sectores económicos, la planificación de las estrategias, anticiparse a la competencia y, por ende, ser más rentables y flexibles. Sin duda, “un conocimiento muy útil para descubrir nuevas oportunidades y patrones de éxito dentro de su ecosistema de negocio optimizando así sus acciones de captación y retención” sentencia Banchini.

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](#) [Inmobiliaria](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Logística](#) [Seguros](#) [Restauración](#) [Recursos humanos](#)
[Consumo](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>