

Geomarketing, el mejor aliado del Retail

La Geolocalización se ha convertido en un aliado necesario en el retail. Analizar y gestionar los datos de los clientes/usuarios con perspectiva geográfica, aporta un conocimiento preciso y detallado que facilita y simplifica el proceso de toma de decisiones empresariales

Geomarketing, desarrollada por InAtlas, es una herramienta imprescindible de geolocalización que detecta zonas de mayor rentabilidad y optimiza acciones de: captación, retención de clientes, toma decisiones de localización y ubicación de negocios. El retail está relacionado con el sector industrial que entrega productos al consumidor final. En origen, se refería a los comercios que ofrecían servicios de venta directa; hoy, abarca a empresas especializadas (mayoristas y minoristas) en comercialización masiva de productos o servicios uniformes a muchos clientes. Los nuevos escenarios, derivados de las transformaciones tecnológicas y sociales, han impuesto cambios tanto en el comportamiento de los usuarios a la hora de realizar el proceso de su compra como en las empresas para adaptarse al nuevo ecosistema. Los usuarios/consumidores realizan el proceso de compra a partir de múltiples canales, sus experiencias están integradas, de pleno, en las nuevas tecnologías emergentes.

Nuevas oportunidades y desafíos han obligado a las empresas a conocer las tendencias de los sectores económicos, el comportamiento de sus usuarios y a transformar su modelo de negocio. Las empresas retail recurren al Geomarketing, como gran aliado, para desarrollar sus estrategias de expansión o diversificación, aumentar la rentabilidad y mejorar su eficiencia comercial y servicio al cliente.

El Geomarketing facilita descubrir patrones de proximidad entre clientes, proveedores y competidores en el ecosistema de su negocio. Agiliza y simplifica la toma de decisiones eficaces gracias al análisis, gestión y visualización de los datos con perspectiva geográfica. InAtlas ha desarrollado Geomarketing: una herramienta de geolocalización que analiza, controla y gestiona los datos con dimensión geográfica. Geomarketing resulta imprescindible a la hora de detectar zonas de mayor rentabilidad, optimizar sus acciones de captación y retención de clientes y tomar decisiones de localización y ubicación de negocios.

La Solución Geomarketing de inAtlas, especializada en el sector Retail, proporciona consultas inmediatas de cálculo del footfall (movilidad peatonal cotidiana y no cotidiana) en frente de la totalidad de portales de España. Además ofrece herramientas de creación de informes automáticos para estudios comparativos de ubicaciones de actuales y/o potenciales nuevos puntos de venta. La solución calcula y cruza diferentes variables en áreas de influencia distancia/tiempo andando y en coche para evaluar patrones de éxitos y buscar ubicaciones óptimas. Integra además información personalizada en cuanto a movimientos de consumidores segmentables en residentes, turistas, trabajadores, estudiantes, como mercado de consumo en movilidad, por franjas horarias, días de la semana, meses del año. Los retailers analizan y capturan los datos aportados por los clientes/usuarios para conocer no solo el perfil y las pautas de comportamiento de los clientes, sino para predecir sus conductas, incrementar el nivel de satisfacción, mejorar en competitividad y aumentar la rentabilidad.

Geomarketing de InAtlas, aporta datos georreferenciados relativos al entorno de cada establecimiento retail tanto de los consumidores, como de las empresas y de la competencia. Dicha información es transformada en conocimiento y fundamenta las investigaciones de mercado acerca de los clientes, de las necesidades de la competencia a la hora de la expansión y desarrollo de empresas/locales franquicias o qué producto/servicio lanzar para ganar en efectividad. Conocer el comportamiento de los consumidores favorecerá reconocer patrones de comportamientos e identificar aquellas localizaciones estratégicas donde los productos o servicios tienen más posibilidades de éxito, en definitiva tener identificado el mercado para trazar o reconducir las estrategias de retail.

Una tarea esencial a la hora de ubicar/ampliar un negocio u ofrecer un producto, apunta Silvia Banchini, directora general de InAtlas, “es descubrir las áreas de oportunidad o rentabilidad de un producto o servicio, es decir aquellos espacios donde se detecta una demanda aún insatisfecha y/o lugares donde, claramente, falta dar cobertura a las necesidades y deficiencias de los clientes”. La aplicación de Geomarketing, señala Banchini, basada en la Inteligencia de Localización, “integra diferentes bases de datos actualizadas constantemente (sociodemográficos, empresariales, sectoriales, etc.) para descubrir patrones de comportamiento y flujos de actividad que encuentran los mejores leads, cuáles son los perfiles de clientes para venderles nuevos productos/ servicios o localiza de manera inteligente los mejores lugares para expandir puntos de ventas o sucursales y evitar sobrecostes o un proceso de canibalización”. Geomarketing de InAtlas ofrece un amplio elenco de soluciones y utilidades estratégicas, basadas en la ubicación, a empresas, cadenas de franquicias, redes de negocios u organismos. Proporciona una información holística y estratégica, de alto valor añadido, que simplifica y agiliza el proceso de toma de decisiones de negocios, a la vez que identifica variaciones y comportamientos espaciales muy útiles para conocer las necesidades y los intereses del mercado.

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](#) [Marketing](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>