

Geomarketing, una apuesta inteligente en la geolocalización energética según inAtlas

Geomarketing inAtlas-Infoma es una solución de componente geográfico de proximidad muy útil para el sector energético. Ofrece información segmentada de Catastro sobre superficie techo, año de construcción, uso industrial o uso residencial, entre muchos otros parámetros. En esta nueva era energética, las herramientas inteligentes de georreferenciación son imprescindibles para mejorar la prospección y optimizar las estrategias de fidelización en el sector energético

El papel del sector energético en el desarrollo de la actividad económica y de la propia sociedad, en general, es indudable y las medidas que se establezcan en el mismo han de ser compatibles con los tres principios fundamentales: competitividad, seguridad de abastecimiento y protección medioambiental siempre garantizando el crecimiento sostenible. Un nuevo horizonte energético que apuesta por energías limpias, sostenibles o renovables.

Las tecnologías se han convertido en la solución para rediseñar modelos de trabajo que mejoran los procesos productivos y ayudan a avanzar en la eficiencia energética, así como a alinearse con los objetivos de sostenibilidad de la Agenda 2030 y abordar nuevos retos y desafíos en cuanto a: optimización inteligente de las redes energéticas e interacción con clientes; energías más limpias y renovables; gestión de fusiones y adquisiciones para crecer; gestión con éxito de proyectos de capital e infraestructuras; mejora del rendimiento y optimización del día a día; máximo aprovechamiento del entorno regulatorio; dinámica del mercado volátil y cambiante, incluidos los precios de las materias primas, oferta y demanda, y estructuras de costes; sostenibilidad, cambio climático y seguridad de suministro; reclutar y retener a una plantilla cualificada.

Dentro de las nuevas tecnologías, los SIG, permiten realizar acciones óptimas de captación dirigidas a nuevos clientes y a su retención, así como hallar patrones de rentabilidad a la hora de elegir ubicaciones para instalaciones energéticas de mayor retorno. En esta senda, de apuesta y desarrollo de las energías renovables, Geomarketing desarrollada por inAtlas-Infoma es una herramienta clave a la hora de tomar decisiones en la planificación energética en materia de prospección comercial, cualificación, optimización y disponibilidad de suelo y superficie apta para la captación solar. Geomarketing permite para buscar de forma inmediata los mejores lugares y, ahí, identificar los perfiles y contactos de las empresas y las personas físicas que ocupan determinados inmuebles o solares (naves industriales, oficinas, comercios, o viviendas unifamiliares, etc.).

Geomarketing es una herramienta fundamentada en Analítica de Localización y Visualización de Datos muy útil en la planificación para analizar, controlar y gestionar los datos de clientes, proveedores y competidores energéticos con dimensión geográfica. Gracias al análisis y al procesamiento de la información, esta Plataforma ofrece a empresas energéticas información actualizada, con componente geográfico sobre empresas, residencial y personas físicas, a partir de la segmentación y unión de tres bases de datos diferentes:

1. Información del Catastro

2. Datos de perfiles de hogares y capacidad de gasto en consumo de energía por hogar. Asimismo, habilita la descarga de contacto de personas físicas con consentimiento de marketing, recogidos y actualizados continuamente por Atrato Media

3. Datos de empresas y autónomos, de Informa D&B, con sector de actividad, facturación riesgo y gasto en electricidad.

La utilización de estas tres fuentes permite, además, sistematizar para las empresas de energía el servicio de asignación continua de la referencia catastral a cualquiera de sus contratos y clientes, tanto sean clientes, empresas como particulares (enriquecimiento automático diario, semanal o mensual de los datos del CRM). Una información cualificada y útil a la hora de tomar decisiones eficientes acerca de superficie de techo construida o uso industrial, confluencia de instalaciones energéticas, zonas de alta concentración de empresas, confluencia de empresas en polígonos industriales u otro todo tipo de empresas o residencial.

Silvia Banchini, sales director & chief operating officer de inAtlas, destaca que esta herramienta proporciona "la geolocalización de datos de consumo a través de la dirección y la titularidad de las empresas o particulares; el enriquecimiento con datos empresariales económicos y financieros, datos sociodemográficos de renta, capacidad de gasto y tipo de hogar. Además, ofrece el acceso a datos catastrales para buscar superficies de techo (a partir de los 2000 m²), o suelo industrial, (de hasta 10 hectáreas) disponibles para la implantación de sistemas de energía renovables". En cuestión de segundos, Geomarketing facilita los mejores solares para la instalación de fotovoltaicas en todo el territorio español, a la distancia óptima de la red de subestaciones eléctricas y de las empresas de mayor consumo energético. Muchas empresas comercializadoras, distribuidoras, ingenierías o constructoras de fotovoltaica, en su apuesta por su expansión, pueden apoyarse en su valiosa información, (disponibilidad de suelo, superficie apta para la captación solar, cercanía de subestaciones de evacuación hasta 20 kilómetros, o lugares de alto consumo energético), para diseñar sus estrategias y lograr indudables beneficios.

Por último Banchini, destaca algunas de las ventajas de Geomarketing "permite segmentaciones de datos empresariales y sociodemográficos a macro-escala y análisis de micro-escala sobre el universo activo de empresas y autónomos con sus sedes y sucursales así como el acceso a datos de consumidores tanto residentes como en movilidad (trabajadores, turistas, estudiantes); facilita las campañas comerciales y estrategias de expansión; proporciona consultas fáciles y rápidas; visualiza la información en mapas temáticos, así como su descarga inmediata y, además, no requiere de instalación ni personal técnico en analítica geo para la extracción de resultados, permite la integración de datos propios y la sincronización con el CRM de su empresa. Opera tanto en territorio Ibérico como a nivel global, integrando en más de 200 países los datos de empresas de Dun&Bradstreet y los datos de perfiles socio-demográficos de Michael Bauer International".

Geomarketing es una solución inteligente con aplicación en el sector energético que posibilita el análisis de multitud de variables al cruzar y plotar estadísticamente datos internos y externos del

mercado empresarial-industrial y doméstico. Posee un amplio abanico de aplicaciones, puede utilizarse para geolocalizar datos de consumo a través de la dirección y la titularidad del contador, de empresas o particulares, para su enriquecimiento con datos empresariales, económicos y financieros, datos socio-demográficos de renta, capacidad de gasto, tipo de hogar y datos catastrales. También puede usarse para acceder a datos catastrales para la búsqueda de superficies de techo o suelo industrial disponibles para la implantación de sistemas de energía renovable. Y por último, para monitorizar métrica empresarial sobre el estado financiero y comercial de la empresa, métricas de negocio (producto/ producto/comercial/vendedor, ratio de conversión, tarifa, rentabilidad, etc.). Es muy útil para detectar zonas de mayor rentabilidad, optimizar sus acciones de captación y retención de clientes y tomar decisiones de localización y ubicación de negocios...

En la planificación energética, Geomarketing, es sin duda una herramienta muy útil para el sector por las características espaciales y territoriales de las variables energéticas, así como por la capacidad de cruzar e integrar diferentes fuentes y analizar las relaciones y variables espaciales con el fin de entender y conocer su presencia en el territorio.

inAtlas: empresa especializada en Soluciones de Geomarketing y 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, concesionarios, fabricantes, así como modelos analíticos a medida para la búsqueda de prospectos espejos, lugares óptimos de expansión, oportunidades de ventas. Desde 2021 es empresa participada por Informa D&B, líder en España y Portugal en la oferta de Información comercial y financiera de empresas, y partner de la red mundial de Dun&Bradstreet. inAtlas ofrece una competitiva herramienta de Geomarketing disponible tanto para el territorio ibérico, como a nivel internacional en más de 200 países, que permite descubrir los patrones de comportamientos y dinámicas de proximidad entre clientes, proveedores y competidores, optimizar las acciones de marketing dirigidas para captación de nuevos clientes y su retención y detectar las mejores ubicaciones para procesos de expansión.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting S.L.

EKMB

912792470

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Finanzas](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Software](#) [Innovación Tecnológica](#) [Sector Energético](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>