

inAtlas: la Inteligencia de localización aporta una visión holística del cliente

La visión y conocimiento holístico de los clientes de la mano de la Inteligencia de Localización incrementa la competitividad y acciones de optimización de las empresas. La Geotecnología permite a las empresas enfocar y personalizar los contenidos de los potenciales clientes

La interconexión e interactividad actual son rasgos inherentes en esta nueva era, las nuevas tecnologías de la información y comunicación han transformado el comportamiento de la sociedad, hoy es casi imposible vivir desconectado. La comunicación y la rapidez son componentes básicos e indispensables en el quehacer diario a la hora de ejecutar cualquier actividad personal o laboral.

La información es compartida a través del uso de las aplicaciones en diferentes medios sociales, unas veces de manera directa, conscientemente y, otras, de manera indirecta al buscar información, comprar. Son muchos los datos e informaciones personales que se dejan en los ordenadores y dispositivos móviles. Rastros con datos obtenidos de las búsquedas realizadas que son convertidos en información y que aportan un conocimiento holístico e integral de las personas, clientes o consumidores; una información muy valiosa para utilizar por parte de las empresas a la hora de diseñar sus estrategias de implementación.

La automatización de la geolocalización es una potente arma de comunicación e información para las empresas, la geolocalización genera una comunicación entre el mundo físico y el mundo online que es aprovechada para enfocar y personalizar los contenidos online o anuncios específicos (geotargeting) de los potenciales los clientes teniendo en cuenta la posición geográfica. No cabe la menor duda, que la geolocalización juega un papel crucial en la tasa de conversión de las empresas porque ofrecen contenidos de interés y mejoran su experiencia del cliente.

inAtlas, ha desarrollado y gestionado una aplicación, pionera, de Geomarketing que relaciona contextos geográficos con datos empresariales y sociodemográficos para negocios B2B y B2C. Dicha aplicación se fundamenta en la Inteligencia de Localización y ofrece un amplio abanico de soluciones y utilidades, para empresas, cadenas de franquicias, redes de negocios, así como para organismos asentados al dar una información holística y estratégica, con valor añadido, que simplifica el proceso de toma de decisiones de negocios. Permite decidir cuál puede ser la mejor localización para un nuevo negocio o sucursales, mediante estudios de mercado e información de la competencia; busca oportunidades e información rápida sobre negocios, mercados, oferta inmobiliaria y puntos de interés en las principales ciudades de España.

La aplicación que inAtlas ofrece a las empresas es una solución holística, constituida por diferentes bases de datos internas del cliente y externas de mercados potenciales que permite analizar carteras de clientes, proveedores y competidores dentro del ecosistema de cada negocio. Utiliza el Big Data e indicadores de tendencias para examinar los patrones de los consumidores sobre parámetros propios y de terceros: demografía, ubicación, mercado de consumo, estado socioeconómico, indicadores de

precios inmobiliarios entre otros. Sobre dichos patrones, Silvia Banchini su directora general, señala que “hemos desarrollado un sistema de inteligencia artificial, que proporciona algoritmos de cross-selling y recomendaciones para prevención de fugas de clientes, estableciendo modelos predictivos que resultan imprescindibles para las empresas en su proceso de expansión, al crecer de forma más rápida y segura”.

Gracias a la Inteligencia de Localización, inAtlas detecta cuáles son las zonas de mayor rentabilidad, hecho que permite optimizar las acciones de captaciones de nuevos clientes y retenerlos. “Conocer la monitorización del comportamiento de los clientes, competidores y proveedores de un área elegida, junto con la localización y el comportamiento de una empresa en el mapa aumenta la competitividad de las empresas al ser capaces de actuar con diligencia, anticiparse y encontrar oportunidades de negocio”, indica Silvia 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](#) [Turismo](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>