

La geolocalización, un valor imprescindible en la estrategia empresarial

La Geolocalización es un instrumento de dimensión estratégica con aplicación en los diferentes sectores económicos que se ha convertido en un elemento imprescindible en las empresas para gestionar sus recursos y diseñar sus estrategias. inAtlas ha desarrollado Geomarketing, una herramienta de Geolocalización, que ayuda a mejorar la competitividad, encontrar nuevas oportunidades de negocio, detectar prospectos espejos de los mejores clientes y monitorizar competidores

La geolocalización ha dejado de ser un instrumento tradicional, utilizado por los geógrafos, que sitúa personas, elementos u objetos en el espacio mediante sus coordenadas de latitud (x) longitud (y) y altura (z) para cobrar una nueva dimensión estratégica, con enorme aplicación empresarial, en el día a día, gracias a la aparición de internet y a los dispositivos móviles. Esta herramienta es capaz de comunicar el mundo físico y el digital, lo local con lo global y un espacio concreto en la nube.

La relevancia y versatilidad de la geolocalización, es tal, que se ha convertido en un elemento imprescindible en las empresas a la hora de gestionar sus recursos y diseñar sus estrategias. Hablar de geolocalización significa que cualquier persona u objeto puede ser localizado en un punto en el espacio. En este mundo hiperconectado, el análisis espacial no puede entenderse sin internet y sin el almacenamiento. La gestión y analítica de los datos aportan una información de enorme valor.

Conocer de antemano dónde se ubican los competidores, proveedores y clientes, dónde se localizan y qué consumen es posible gracias a la multitud de datos generados y trazados a diario hoy en día. Los datos, gracias a su análisis, son convertidos en una información de valor. Esta información es utilizada en las estrategias empresariales a la hora de tomar decisiones como ventaja competitiva. La Vanguardia analiza con detalle en un artículo publicado “inAtlas, geolocalización al servicio de las empresas” <https://www.lavanguardia.com/economia/20210621/7521930/inatlas-geolocalizacion-servicio-empresas-big-data-localizacion-brl.html>, las soluciones estratégicas de negocios que ofrece esta empresa especializada en Location Analytics. En concreto, profundiza en: cómo las soluciones de inAtlas ayudan a las empresas privadas y públicas. En primer lugar, hace referencia a la cualificación de los procesos de adquisición y fidelización de cartera de empresas, pequeñas, medianas o grandes dotándolas de información actualizada y de conocimiento sobre el comportamiento de su mercado y competencia y, el segundo lugar, destaca el ahorro en cuanto a tiempo de gestión dentro de la cadena de valor, desde el diseño de las estrategias, distribución de objetivos comerciales o el propio local comercial para favorecer y optimizar las rutas de los clientes y prospectos.

La aplicación de inAtlas, Geomarketing, basada en inteligencia de localización, ofrece diferentes soluciones y utilidades que van, desde la prospección comercial y expansión de las empresas privadas, soluciones para la promoción económica, para la distribución de ayudas públicas o la monitorización de creación y mortandad de empresas para las Administraciones Públicas.

Sus soluciones ofrecen una información estratégica, de alto 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. Su amplio catálogo de datos, según la directora general de inAtlas, Silvia Banchini, “agrupa más de 500 indicadores referentes a los principales sectores con los que trabajamos: mercado de seguros, inmobiliarios, retail, sector turísticos, entre otros”. “Nuestras soluciones, continúa Banchini, reúnen tecnología avanzada de analítica de localización y visualización de datos de las empresas y autónomos activos de España y Portugal, con sus sedes y sucursales, proporcionadas por INFORMA D&B”. Gracias a ello, “es posible analizar y enriquecer a diario, de forma automática, carteras de clientes, proveedores y competidores dentro de cualquier ecosistema de negocio para buscar prospectos espejos, detectar zonas de mayor rentabilidad para optimizar acciones de captación, retención y expansión”, finaliza Banchini.

Esta potente herramienta detecta cuáles son las zonas de mayor rentabilidad, posibilita optimizar acciones de captación de nuevos clientes y retenerlos. Conocer el comportamiento de una empresa en el mapa, permite actuar a partir del conocimiento de patrones de éxito para encontrar oportunidades de negocio, aumentar la competitividad de las empresas basándose en la localización y monitorizar el comportamiento de los clientes, competidores y proveedores del área elegida.

Geomarketing, de acceso inmediato online, permite el enriquecimiento automático de una cartera de clientes, para la búsqueda de clientes potenciales espejos, en un clic. A su vez, posibilita el análisis de micro-escala, por áreas de influencia alrededor de lugares determinados, mediante el dibujo de geometrías libres (polígonos, círculos, rectángulos) y áreas calculadas en distancia-tiempo desde una ubicación, para estudiar la prospección de proximidad y compararla con cualquier otro punto, entre los 17M de portales únicos de España.

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](#) [Logística](#) [Consumo](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>