

Las petroleras apuestan por el geomarketing para su expansión

La geolocalización de las estaciones de servicio entraña un excepcional papel estratégico que aporta grandes beneficios a clientes y a petroleras. La app de inAtlas integra un menú personalizado para analizar cada uno de los puntos de ventas de la red propia de gasolineras y de su competencia

Los avances tecnológicos de los últimos años han permitido el desarrollo de poderosas plataformas informativas capaces de procesar datos en tiempo real con la finalidad de obtener información geoestratégica. La Geolocalización ayuda a entender qué se hace y dónde, los datos recogidos son analizados y transformados, en información valiosa que puede visualizarse gráficamente. Esta metodología combina la geolocalización con la obtención de perfiles de los clientes basados en sus estilos de vida y hábitos de consumo. La información obtenida es representada en mapas. Los mapas de calor son una herramienta privilegiada que aportan un valor añadido a la información al situar y localizar en el espacio un conjunto de elementos. La visualización gráfica facilita interpretar la información de forma clara, extraer conclusiones y tomar decisiones.

La geolocalización de las estaciones de servicio es una de las nuevas soluciones que inAtlas ofrece al sector de los carburantes con un enorme potencial papel estratégico al aportar grandes beneficios tanto a clientes como a petroleras. Los primeros, porque consiguen los mejores precios y un repostaje más rápido; los segundos, aprovechan la información generada por los usuarios para captar y retener a nuevos clientes.

En este ámbito, inAtlas ha desarrollado una aplicación de geomarketing destinada a las petroleras para la ubicación de las estaciones de servicio. La solución integra un menú personalizado para analizar cada uno de los puntos de ventas de la red de gasolineras propias y la de su competencia, creando un menú comparativo de estaciones de servicios entre estaciones propias y resto de estaciones. El menú de las gasolineras propias integrará todos los atributos que ayudan a la empresa a monitorizar su negocio, por ejemplo: ventas, vehículos atendidos, tipo de combustible consumido, mientras que para el resto de las gasolineras o electrolineras de España contendrá información actualizada al día de precios del combustible e información general como rótulo, margen, tipo de venta, entre otras.

La extracción de estos datos, explica Silvia Banchini, directora general de inAtlas “se obtienen de ficheros publicados a diario por el Ministerio para la Transición Ecológica”. A su vez, se integran información sobre la Intensidad Media de Diaria de tráfico por carretera, y por tipo de vehículos, así como el tráfico medio diario y anual”.

Para realizar el análisis de los lugares óptimos de implantación de estaciones de servicios (gasolineras, gasineras y electrolineras), se identifican y localizan las mejores parcelas de uso industrial en función de los patrones de éxito reconocidos, por ejemplo: por la proximidad a áreas de concentraciones de empresas densidad de población residente o atractores de flujos de movilidad de vehículos entre otros. El resultado de cruzar los datos permite posteriormente la visualización gráfica a

través de un mapa de calor con las localizaciones más y menos rentables para la instalación de una gasolinera en todo el territorio español. A través de los mapas se geolocalizarán las áreas geográficas administrativas, las áreas de influencia geográfica de cada estación de servicios, la cuota de canibalización entre gasolineras y el score del potencial de captación por Intensidad Media Diaria de vehículos y volumen anual.

inAtlas, realiza informes "vivos" de analítica basada en la ubicación, personalizados y automatizables para su descarga periódica online, con información actualizada. Utiliza y genera bajo pedido KPI específicos para la monitorización del éxito de los negocios, así como informes completos con indicadores personalizados para muchos otros sectores: bancos y seguros, energía, retailers, sector inmobiliario o turístico.

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: [Franquicias](#) [Automovilismo](#) [Marketing](#) [Logística](#) [Industria](#) [Automotriz](#) [Otras Industrias](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>