

## **Las principales ventajas competitivas en geolocalización empresarial de inAtlas**

**La Geolocalización aporta a las empresas un valor añadido, una mayor y mejor información en cuanto a conocimiento del comportamiento y de las tendencias de los sectores económicos; facilita la visualización geográfica (de los hechos, objetos o intereses) y la toma de decisiones estratégicas eficaces**

InAtlas, ha desarrollado Geomarketing, una herramienta de Geolocalización que aporta numerosas ventajas empresariales: incremento de la eficiencia operacional; realización de análisis en profundidad de la rentabilidad de los negocios en base a su distribución geográfica; identificación de los mejores segmentos de clientes y de las zonas óptimas donde captarlos.

Las nuevas tecnologías facilitan la interconectividad de millones de personas, así como la calidad, veracidad y velocidad de transmisión de datos. El conocimiento del comportamiento de los clientes, en una sociedad cada vez más Data Driven, es posible gracias a la recogida y al análisis de datos. Una buena información permite tomar decisiones eficaces y mejores, así como soluciones específicas y personalizadas.

La Geolocalización aporta a las empresas un valor añadido, una mayor y mejor información en cuanto a conocimiento del comportamiento y de las tendencias en los diferentes sectores económicos. Este hecho facilita, además de la visualización geográfica (de los hechos, objetos o intereses), la toma de decisiones estratégicas eficaces. InAtlas, empresa especializada en Location Analytics ha desarrollado Geomarketing, una aplicación que ofrece a las empresas soluciones estratégicas con el valor añadido de incluir tanto datos de los clientes como de la totalidad de prospectos potenciales (B2B y B2C), dando acceso al mercado total de los agentes económicos y de la tipología de hogares y consumidores en movilidad. Entre sus soluciones destacan, según Silvia Banchini, directora general de InAtlas:

Soluciones Plug&Play para el geoposicionamiento de cartera de clientes enriquecidos y descarga inmediata de los mejores prospectos espejos

Soluciones para el Sector Financieros y Seguros, para la monitorización continua de la distribución del negocio entre la red de los agentes y/ oficinas.

Soluciones para el sector Inmobiliario, con datos catastrales, datos económicos y datos socio-demográficos, además del cálculo de flujos de personas, mediante estudios automáticos de áreas de influencia a partir de un cualquier portal de España.

Soluciones para el Retail, con datos de cuotas de mercado, competencia y footfall.

Soluciones para el sector Energía y Telecom, con el geoposicionamiento de la huella infraestructural y el cruce con la totalidad de empresas y hogares cubiertos y/o potenciales a captar,

Soluciones para las Administraciones Públicas, para la monitorización de la demografía empresarial, alta y baja de empresas, cálculos de dotaciones y servicio a 15min andando, análisis del mercado de la vivienda de uso turístico, entre otros estudios.

Soluciones para las Administraciones Públicas, para la monitorización de la demografía empresarial, alta y baja de empresas, cálculos de dotaciones y servicio a 15min andando, análisis del mercado de la vivienda de uso turístico, entre otros estudios.

Soluciones para las Administraciones Públicas, para la monitorización de la demografía empresarial, alta y baja de empresas, cálculos de dotaciones y servicio a 15min andando, análisis del mercado de la vivienda de uso turístico, entre otros estudios.

Según el artículo inAtlas, geolocalización al servicio de las empresas, publicado por la Vanguardia el 21 de junio de 2021, las principales ventajas competitivas de las soluciones de inAtlasson tres: La primera, disponer de herramientas que no son softwares vacíos, sino alimentados por grandes bases de datos (mercado de empresa y mercado de consumo por hogar) que son actualizadas de forma continua para sus clientes, además pueden integrar bases de datos internas de los propios clientes con datos sectoriales. En segundo lugar, al ser una tecnología propia, ofrece una amplia flexibilidad de adaptación y personalización de las soluciones a los casos de negocios que el cliente requiera, apostando a entregar productos capaces de evolucionar, reconfigurarse y adaptarse al ciclo de vida del negocio del cliente. Y la tercera y última que señala el artículo, es que la elevada inversión que inAtlas ha llevado a cabo un diseño y usabilidad que ha permitido a perfiles de negocio como la dirección comercial o los propios agentes comerciales acceder de forma fácil e intuitiva a un tipo de herramientas que tradicionalmente tenían que pasar por técnicos especializados en SIG. Este hecho favorece e incrementa la eficiencia a la hora de analizar los negocios, proyectar nuevos mercados y entrar en acción comercial directa.

La utilización de Geomarketing aporta enormes beneficios y garantiza retos y desafíos empresariales. El empleo de técnicas de análisis predictivo, así como modelos analíticos, a medida, para la búsqueda de prospectos espejos, lugares óptimos de expansión, oportunidades de ventas cruzadas y prevención de fugas propicia la creación de valor y aporta incalculables beneficios: incremento de la eficiencia operacional; realización de análisis en profundidad para la toma de decisiones en tiempo real o la identificación de las necesidades concretas para crear modelos de negocio innovadores y exitosos, entre otros.

En este sentido, Silvia Banchini, directora general de inAtlas, señala que su empresa evoluciona hacia la especialización analítica de sectores claves, en concreto expresa, y así se recoge expresamente en el artículo anteriormente mencionado, “nuestro proceso evolutivo irá hacia una especialización analítica en sectores claves de la economía española, para proporcionar herramientas cada vez más eficientes a la hora de dar soporte a las estrategias de crecimiento y procesos de resiliencia de los negocios”.

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: [Marketing](#) [Logística](#) [Recursos humanos](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>