

Los análisis de datos versus estudios de mercado según inAtlas

Los estudios de mercado, una herramienta ágil y eficaz para respaldar las decisiones de optimización empresarial. inAtlas, ofrece soluciones para dirigirse de manera adecuada a las empresas y a las personas, maximizar el ROI de la campaña al mejorar el análisis de ubicación y para analizar la competencia y las oportunidades de expansión

Las empresas quieren tener una mayor seguridad a la hora de elaborar sus estrategias de expansión y diversificación. No quieren fracasar en sus inversiones y menos cuando existen mecanismos que garantizan en un elevado porcentaje la eficacia de las mismas, un ejemplo serían los estudios de mercado. Los estudios de mercados se han modernizado al integrar las herramientas de inteligencia y el Big Data en su elaboración. Los sistemas de información permiten analizar los datos de los clientes, competidores o del propio mercado y extraer contenido con información económica relevante para la empresa acerca de la tendencia del mercado, segmentación, posicionamiento, expansión etc.

La Inteligencia Empresarial o Inteligencia de Negocios, más conocida por sus siglas BI (Business Intelligence), definida como conjunto de estrategias, aplicación, datos, productos, tecnologías y arquitectura enfocados a la administración y conocimiento a través del análisis de datos existentes en una organización o empresa se ha incorporado de lleno en las empresas para respaldar sus decisiones y estrategias. Un buen análisis de mercado precisa además de los datos internos contratar, cruzar y analizar datos externos actualizados del sector o mercado, así como de indicadores económicos, demográficos o sociales adaptados a las necesidades de cada empresa.

Las empresas deben reducir el tiempo dedicado a las investigaciones de mercado y la gestión de datos para comprender fácil y rápidamente cómo optimizar sus recursos económicos, sus estrategias de marketing, y dónde encontrar nuevos mercados. La herramienta de Geomarketing de inAtlas, empresa especializada Location Analytics proporciona soluciones simples y fáciles de escalar a través de la computación en la nube, en las que las empresas pueden acceder en línea a datos de negocios y comportamientos del consumidor que se actualizan continuamente, gracias a la fuente de datos empresariales disponible a nivel mundial de INFORMA D&B. Al cruzar los datos internos con las condiciones y los parámetros de las ubicaciones donde operan, indica Silvia Banchini, directora general, “se logra una mayor precisión y una comprensión más profunda del comportamiento de las industrias en general, permitiendo a las empresas anticipar y enfrentar los desafíos de cara a la competencia y al proceso de innovación.”

El análisis de datos y los estudios de mercado sirven para: dirigirse de manera adecuada a las empresas y a las personas, dando a conocer el factor ubicación; maximizar el ROI de la campaña al mejorar el análisis de ubicación y analizar la competencia y las oportunidades de expansión. Los principales clientes son entidades financieras y aseguradoras, minoristas y franquicias, empresas de difusión y publicidad, empresas de energía y telecomunicación, de producción de alimentos y bebidas, entre otros.

inAtlas se posiciona actualmente como empresa leader en España y Portugal en soluciones de Geomarketing y Data Analytics para el mercado B2B gracias a su alianza con INFORMA D&B. Proporciona soluciones también para el mercado B2C mediante la elaboración propia de analítica sobre datos socio-demográficos, catastrales y de perfiles de consumo, continuamente actualizados. Integra en sus soluciones también prestaciones de Customer Relationship Management (CRM), que respaldan las decisiones de optimización empresarial.

En el mercado B2B, geolocaliza empresas y autónomos, con sus sedes y sucursales, ofreciendo: nombre, CIF e sector de actividad, año de fundación, forma jurídica y tipo de oficina, volumen de empleados y facturación, teléfono y hasta 10 puestos directivos. En este mercado, B2B, busca perfiles de consumidores por unidades administrativas (secciones censales, distritos, municipios, provincias) o por área de influencia alrededor de un lugar específico. Genera de forma automática mapas de calor por: densidad de residentes, estructura familiar de los hogares, edad, género, capacidad de gasto anual por commodities, nacionalidad o población vinculada (trabajadores). Su ligereza tecnológica, admite procesos de personalización ágiles y flexibles que facilitan la integración de los datos propios y/o para la sincronización con el CRM de la propia empresa, hecho que permite a los vendedores optimizar las rutas comerciales y actualizar las bases de datos de clientes potenciales y clientes en tiempo real, en la calle.

"Nuestra herramienta de Geomarketing, señala Luis Falcón, CEO de inAtlas ,permite realizar la prospección de macro-zonas, estudios de mercado en áreas de influencia al analizar los lugares que quiera valorar o priorizar y filtrar el mercado objetivo y la descarga inmediata de los datos que necesite".

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:

EKM Broadcasting
912792470

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

Categorías: [Franquicias](#) [Marketing](#) [Turismo](#) [Recursos humanos](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>