

Retail y HORECA apuestan por el Geomarketing, un imprescindible en la Inteligencia de Negocios

La Geolocalización permite analizar y gestionar los datos de los clientes/usuarios con perspectiva geográfica. Aporta un conocimiento al sector Retail y HORECA preciso y de enorme valor. Geomarketing, de InAtlas-Informa, es una herramienta de Inteligencia de Negocios muy útil para la localización, prospección y expansión comercial del Retail y HORECA

Los nuevos escenarios, derivados de las transformaciones tecnológicas y sociales, han impuesto cambios tanto en el comportamiento de los usuarios como de las empresas. El modelo de negocio se ha reformado por completo y las empresas de Retail y HORECA recurren al Geomarketing por ser una herramienta de Inteligencia de Negocios imprescindible para conocer mejor las necesidades y demandas de los usuarios, desarrollar sus estrategias de expansión o diversificación, aumentar la rentabilidad, mejorar la eficiencia comercial y el servicio al cliente.

Los datos aportados por los clientes/usuarios son analizados para conocer el perfil y las pautas de comportamiento de los clientes, predecir sus conductas, incrementar el nivel de satisfacción, mejorar en competitividad y aumentar la rentabilidad. Silvia Banchini, sales director & COO inAtlas, precisa que "es vital conocer y monitorizar a diario los cambios del mercado de consumidores B2B y B2C así como saber analizar la información clave que determina el éxito de la competencia a la hora de identificar zonas de oportunidad para la expansión de nuevos puntos de venta y/o su reubicación".

En inAtlas, señala Silvia Banchini, "hemos desarrollado Geomarketing, una herramienta basada en la Inteligencia de Localización y Análisis de Datos, eficiente en la toma de decisiones de localización, prospección comercial y expansión. Muy útil para descubrir zonas con mayor rentabilidad, optimizar las acciones de captación y retener a los clientes. Asimismo, facilita a las empresas hallar patrones de proximidad entre clientes, proveedores y competidores. Esta solución agiliza y simplifica notablemente la toma de decisiones gracias al análisis, gestión y visualización de los datos con perspectiva geográfica, a la vez que, identifica variaciones y comportamientos espaciales que detectan las necesidades y los intereses del mercado. Proporciona una información holística y estratégica, de alto valor añadido de 190 países. Para el mercado B2B dispone de 500 millones de datos de empresas actualizadas a diario procedentes de Dun&Bradstreet y 160 variables sociodemográficas para el comercio B2C de Michael Bauer International.

Geomarketing ofrece un amplio elenco de soluciones y utilidades basadas en la ubicación, a empresas, cadenas de franquicias, redes de negocios u organismos. Es fundamental en el sector Retail y HORECA y representa una enorme ventaja para quienes lo utilizan. Algunos casos prácticos aplicación son:

Geolocalización de puntos de venta de la red del cliente.

Información del mercado de consumidores y estudio de las condiciones más favorables del entorno,

tanto a nivel empresarial como del perfil de consumo.

Estudio del negocio de la competencia, con segmentación en mapa de las empresas competidoras.

Optimización de los tiempos de análisis y asesoramiento para estrategias de expansión, con acceso a los datos de oferta inmobiliaria en venta y alquiler para la búsqueda de locales comerciales idóneos.

Para HORECA, selección informada para la captación de nuevos distribuidores.

Cálculo de la cuota de mercado disponible y benchmarking automático sobre cada punto de venta.

Geomarketing de inAtlas-informa es imprescindible para descubrir áreas de oportunidad o rentabilidad de un producto o servicio; es decir, aquellos espacios donde se detecta una demanda aún insatisfecha y/o lugares donde, claramente, falta dar cobertura a las necesidades y deficiencias de los clientes. Además, permite encontrar patrones de comportamiento y flujos de actividad de los mejores leads, cuáles son los perfiles de clientes para venderles nuevos productos/ servicios o localizar de manera inteligente los mejores lugares para expandir puntos de ventas o sucursales y evitar sobrecostes o un proceso de canibalización.

El reconocimiento de patrones de éxito y riesgo alimenta un modelo predictivo de reconocimiento de lugares espejos en la totalidad del territorio. Geomarketing ofrece como resultado final un mapa de calor de lugares óptimos para ubicar nuevas tiendas u oficinas, producto de un análisis de la red de venta y distribución del cliente y para determinar patrones de las condiciones territoriales que impacten en la rentabilidad del negocio. Así pues, conocer la conducta de los consumidores, favorecerá reconocer patrones de comportamientos en el sector Retail y HORECA e identificar aquellas localizaciones estratégicas donde los productos o servicios tienen más posibilidades de éxito. En definitiva, es una ventaja competitiva tener identificado el mercado y, en función de las necesidades empresariales, trazar o reconducir las estrategias de ubicación, desarrollo y expansión de negocios.

inAtlas: empresa especializada en Soluciones de Geomarketing y 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, concesionarios, fabricantes, así como modelos analíticos a medida para la búsqueda de prospectos espejos, lugares óptimos de expansión, oportunidades de ventas. Desde 2021 es empresa participada por Informa D&B, líder en España y Portugal en la oferta de Información comercial y financiera de empresas, y partner de la red mundial de Dun&Bradstreet. inAtlas ofrece una competitiva herramienta de Geomarketing disponible tanto para el territorio ibérico, como a nivel internacional en más de 200 países, que permite descubrir los patrones de comportamientos y dinámicas de proximidad entre clientes, proveedores y competidores, optimizar las acciones de marketing dirigidas para captación de nuevos clientes y su retención y detectar las mejores ubicaciones para procesos de expansión.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting S.L.

912792470

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

Categorías: [Nacional Marketing](#) [Industria Alimentaria](#) [Restauración](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>