Publicado en Madrid el 22/09/2020

Ventajas del uso de la Geolocalización en el sector de las telecomunicaciones

La Geolocalización aporta valor al sector teleco, al segmentar, analizar, y ofrecer a los clientes lo que realmente buscan: un servicio óptimo y útil. La aplicación de inAtlas, Geomarketing es una herramienta con alto valor añadido gracias al conocimiento de clientes y prospectos dentro de su propia huella

Las nuevas tecnologías facilitan la interconectividad de millones de personas, la calidad y velocidad del flujo masivo de información, la capacidad y el almacenamiento de datos. El sector de las Telecomunicaciones es un sector innovador y ágil con función catalizadora para el resto de las actividades que se ha visto impulsado tras la explosión masiva de datos. El conocimiento del comportamiento de sus clientes, en una sociedad cada vez más Data Driven, es posible gracias a la recogida y al análisis de datos y ofrece soluciones específicas y personalizadas para necesidades específicas. Una buena información permitirá tomar mejores y más eficaces decisiones apoyadas en la utilización del Geomarketing.

La Geolocalización o georreferenciación aporta al sector teleco un gran valor añadido. Una mayor y mejor información en cuanto a conocimiento de los negocios facilitará la toma de decisiones estratégicas, si a ello, se le añade la visualización geográfica. El Geomarketing, en Telecomunicaciones nos señalan desdeinAtlas es utilizado para:

- La geolocalización de cartera de clientes mediante carga de CIF (clientes y exclientes) y direcciones.

- El enriquecimiento automático de cartera y búsqueda de prospectos espejos. Adquisición de inteligencia de negocio gracias al match con la base de datos completa de actividades económicas de INFORMA D&B (para carteras empresariales) y al cruce con perfiles socio-demográficos y catastrales del hogar (para carteras de contratos domésticos).

- La extracción continua de teléfonos de empresas potenciales a partir del reconocimiento de su dirección dentro de la cobertura de fibra y ADSL del Cliente.

- La sincronización completa con la base de datos del CRM del Cliente para la actualización diaria de los clientes empresas y particulares, y la habilitación de menús específicos de segmentación y geo-analítica.

- La realización de consultas y descarga de datos comerciales y financieros de balances de cada empresa.

- El establecimiento de perfiles para estrategias de cross-selling y prevención de fugas.

- La creación de una ficha-informe personalizado de cada empresa y hogar consultado, exportable a pdf.

- La monitorización de métrica del negocio (contratos vendidos, ratio de conversión, margen técnico, rentabilidad, etc.).

- La localización para cierre/aperturas de puntos de venta y atención al cliente, para la red de comercialización en calle.

inAtlas, empresa especializada en Location Analytics ha desarrollado Geomarketing, una aplicación que ofrece al sector de las telecomunicaciones soluciones estratégicas con valor añadido gracias al conocimiento de clientes y prospectos dentro de su propia huella. Entre ellas, señala Silvia Banchini, directora general de inAtlas destaca:

- El geoposicionamiento de la huella de ADSL y fibra

- Un mercado potencial empresas y hogares en mapas

- El geoposicionamiento de cartera de clientes enriquecidos

- Los datos de hogares, con gasto y presencia de conexión a internet, telefonía móvil y fija

- Los perfiles sociodemográficos de renta, edad nivel de estudios…

- Los datos catastrales por tipología de vivienda

- La zonificación automatizada de la red comercial

- La sincronización con CRM

- El alta de usuarios con personalización de roles y permisos

Las prioridades del sector giran en torno al desarrollo de modelos digitales de negocio y servicios, mejoras en la experiencia de usuarios y la optimización de los costes y la eficiencia. Unos desafíos que se conseguirán si se dispone de información de calidad y actualizada. La utilización de Geomarketing aportará enormes beneficios y garantizará los retos y necesidades que plantea el sector de las telecomunicaciones. 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 en la industria de las telecomunicaciones propicia la creación de valor y aporta enormes beneficios: incremento de la eficiencia operacional; realización de análisis en profundidad para la toma de decisiones en tiempo real; identificación de las necesidades concretas para crear modelos de negocio innovadores y exitosos.

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 Telecomunicaciones Marketing E-Commerce

NotasdePrensa
https://www.notasdeprensa.es