Publicado en España el 08/09/2009

# [Siempre en el lugar adecuado](http://www.notasdeprensa.es)

## mundoFranquicia consulting y arvato services se alían para ofrecer servicios de Geomarketing a franquiciadores y franquiciados.
Con el sistema Geostat Web los franquiciadores expandiràn mejor su negocio al ubicarse en el sitio màs acertado.

   Madrid 07/09/09.   ¿De qué depende que una franquicia triunfe o no?La respuesta para mundoFranquicia consulting está bien clara: de la calidad de sus ubicaciones. Un factor de tremenda importancia que podrá concretarse mejor mediante el sistema Geostat web de arvato  services, la compañía proveedora de servicios globales de marketing relacional. Geostat web es una solución ideal para empresas que tengan una fuerte componente geográfica y necesiten disponer de un conocimiento espacial detallado de todas las variables implicadas en el negocio. “La reconocida experiencia de esta marca será la mejor brújula para marcar el rumbo y el punto de éxito de las franquicias que quieran disponer de estos servicios. Con esta herramienta nuestros clientes perfeccionarán su negocio al conseguir localizaciones mejores para aperturas de nuevos centros”, tal y como explica Mariano Alonso, Socio Director General de mundoFranquicia Consulting. Una afirmación que Enrique Barrera, Responsable de Soluciones Business Intelligence de arvato  services avala con su dilatada experiencia en el mercado. “Nuestra bagaje nos ha demostrado que esta disciplina, basada en el análisis de la situación geográfica de un negocio relacionándola con los clientes, puntos de venta, sucursales, competencia, etc., resulta muy útil a la hora de evaluar un negocio existente o de implantar uno nuevo”.   Geostat Web enriquece los datos con tipologías personales Hometypes y geográficas Zonetypes desarrolladas por arvato services, que se interpretan a través de un  entorno GIS para la exploración y toma de decisiones. La solución utiliza sistemas de cartografía con precisión a nivel de número de calle para ofrecer información sobre clientes (personas y empresas), red de puntos de venta, hogares y personas, empresas, competencia, cartografía inteligente y cualquier otra información a la medida de las necesidades del cliente (riesgo de crédito, comportamiento, consumo...).     Dime donde andas y te diré si creces.   Así las cosas el nuevo partner de mundoFranquicia ofrecerá  tres posibilidades dependiendo de las necesidades de cada cliente.   Suministro de Dossier Geoestadístico Básico. A partir de una dirección de una posible franquicia, real o en evaluación, se genera un dossier que muestra información de su área de influencia. En el dossier se muestran datos de mercado potencial en sus diferentes ámbitos (población, hogares, empresas, autónomos y profesionales). “Estos datos están segmentados por diferentes variables, como puede ser el indicador de capacidad económica que da una medida de la renta de la población del área seleccionada. También se pueden incluir datos de los clientes del área, en cuyo caso, se muestran datos de la segmentación de clientes y la cuota de penetración en el área”, explica Alonso.