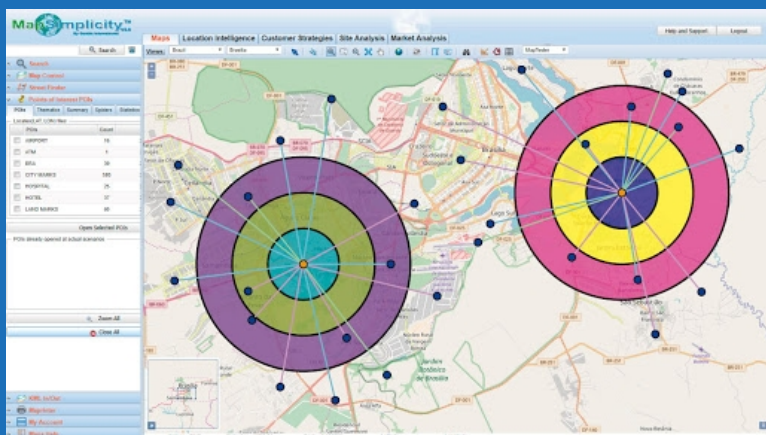


Análisis de mercados potenciales



Conozca sus nuevos mercados potenciales. La inversión en mercadeo digital debe ser optimizada y focalizada de acuerdo al ranking y el perfil de los nuevos nichos de mercado. Ahora, sus nuevos consumidores y clientes permanecen más tiempo en el hogar. Combine los datos de la posición geográfica detectada desde las redes sociales, con datos geográficos sobre el potencial de compra por edades, sexo, consumo, segmentos socio económicos y muchas variables más, incluidos datos propios de su empresa. Haga analítica avanzada de Geo Marketing mediante simulaciones de nichos de mercado, haga estimaciones del potencial de ventas por zona geográfica, ciudad a nivel de barrio.

Análisis de competencia y planes de expansión

En el nuevo escenario, la competencia se está reinventando. Haga análisis de isocronas y analice lo que sucede a un radio de quince minutos del punto de ventas, ahí se encuentra el 70% de sus clientes. Cómo son los accesos ?, quienes compiten ?, que segmentos pertenecen a esa zona ?, que tan saturado está el mercado ?, respuestas a estas y otras inquietudes le ayudarán a tomar decisiones relacionadas a la optimización de la red de puntos de venta, reubicación o planes de expansión.

Optimización estrategia CRM

Optimize la estrategia CRM aplicando la inteligencia de negocios del Geo Marketing. Genere mayor eficiencia en los ciclos de venta y en el proceso de servicio al cliente. Conozca mejor a su cliente al combinar los datos del CRM con datos socio-demográficos, a nivel de ciudad y barrio. Lleve su estrategia de fidelización de clientes a un nivel superior.



Contáctenos y solicite información adicional. Haga clic aquí >>