

ANÁLISIS DE LUGARES

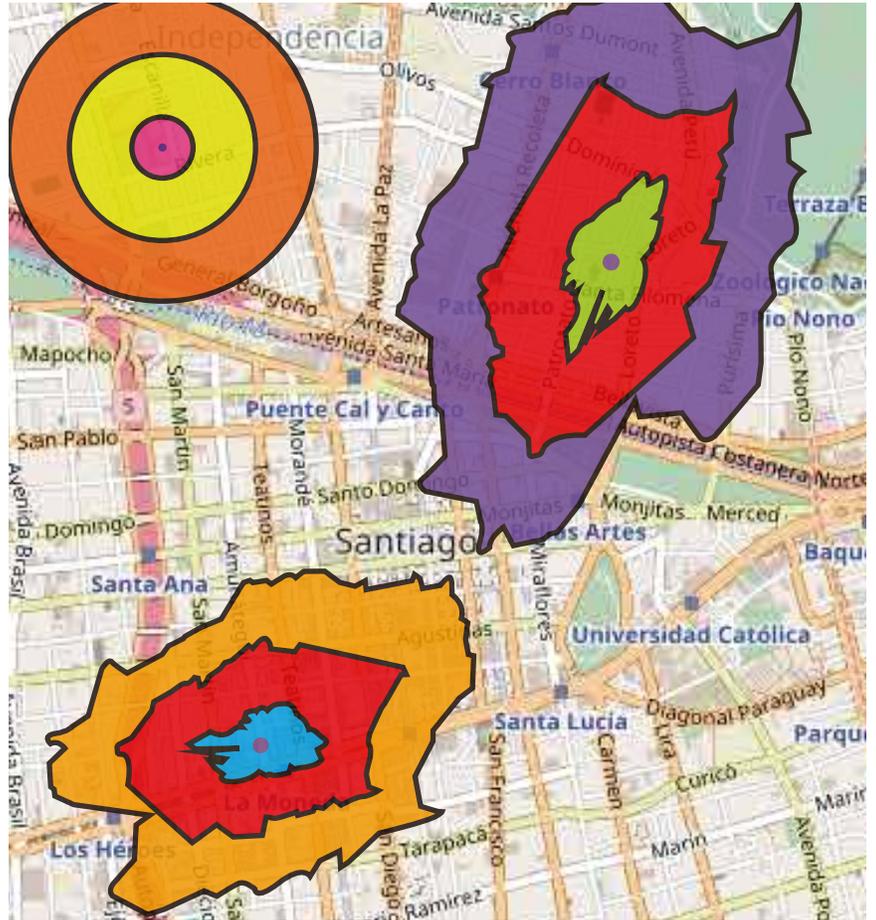
El Análisis de Sitios aporta información de un lugar en diferentes ángulos. Esto hace una diferencia real en cualquier planificación de la estrategia comercial.

Responder esta importante pregunta es definitivamente un aspecto determinante en muchas industrias, porque cada lugar es único en condiciones de Mercado y Características propias. Análisis de Lugares le ofrece información detallada y microsegmentada de un lugar, que normalmente es utilizada en planeación de estrategias comerciales.

Como un valor agregado de esta poderosa tecnología existe la posibilidad de segmentar los clientes por puntos de venta o sucursales. Los métodos más usuales de realizar Análisis de Lugares son: Anillos, Isócronas por Tiempos de Conducción y Áreas Comerciales.

¿Cuándo usar el Análisis de lugar?

Los usos más conocidos son la apertura de una nueva sucursal y su optimización, entre otros.



Alternativas para Análisis de Lugares son:

- Reportes de Mercado ricos en Información
- Planeamiento de Territorios con Optimización
- Análisis de Localización y Expansión
- Análisis del tipo Canibalización y Matemática de Sucursales
- Mapas a nivel Mundial
- Software en la nube de MapSimplicity
- Investigación de Mercados
- Consultoría

Reportes con Datos de Mercado

- Demografía
- Estrato Socio Económico
- Categorías de Poder de Compra
- Localización de Segmentos de Consumo
- Generadores de Tráfico
- Sitios de Interés (POI)
- Oportunidades de Mercado por Ranqueo

Tipos de Áreas de Influencia

- Anillos
- Isócronas
- Áreas Comerciales

Servicios Clave

- Inteligencia de Locación
- Estrategia de Clientes
- Análisis de Mercado
- Geocoding * GeDots