



GEOPORTALES EN GEOMARKETING



**¿CÓMO LA INFORMACIÓN GEOGRÁFICA
PUEDE HACER CRECER NUESTRA
EMPRESA?**



GEOPORTALES EN GEOMARKETING



CON BIG DATA E INFORMACIÓN GEOGRÁFICA SE CONOCE Y SE ANALIZA

- Su ubicación,
- Su comportamiento,
- Su interés, sus hábitos o su nivel adquisitivo,
- Se recogen en un mapa digital,
- Les permite dirigir sus mensajes de forma mucho más personalizada y atendiendo a las necesidades de cada cliente,
- Contribuye a mejorar la percepción que tiene acerca de la compañía,
- Pues siente que las comunicaciones no se han enviado masivamente.





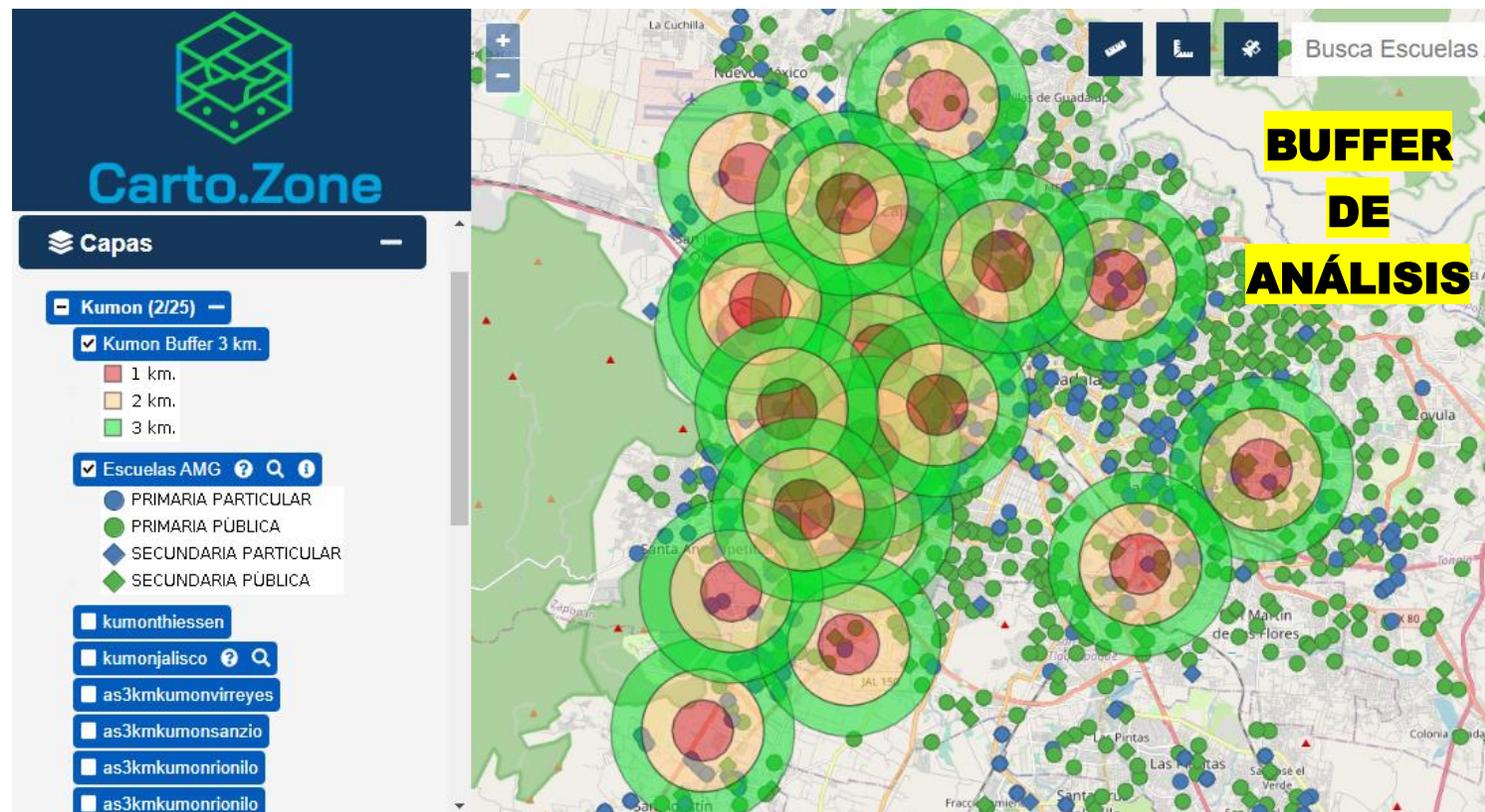
GEOPORTALES EN GEOMARKETING



ESTOS ANÁLISIS ENTREGAN DATOS COMO LA REGIÓN O LA LOCALIZACIÓN FÍSICA DE UN POTENCIAL CLIENTE Y PERMITEN OPTIMIZAR:

- Campañas de difusión en medios.
- Ampliación de negocio.
- Cierre de tiendas improductivas.
- Respuesta a las necesidades de clientes.
- Análisis de competencia.
- Mejora de rutas de reparto.
- Dónde colocar anuncios físicos.
- Qué tipos de promociones y publicidad utilizar, en función del poder adquisitivo de sus clientes.

Ejemplo: CENTROS KUMON Y ESCUELAS





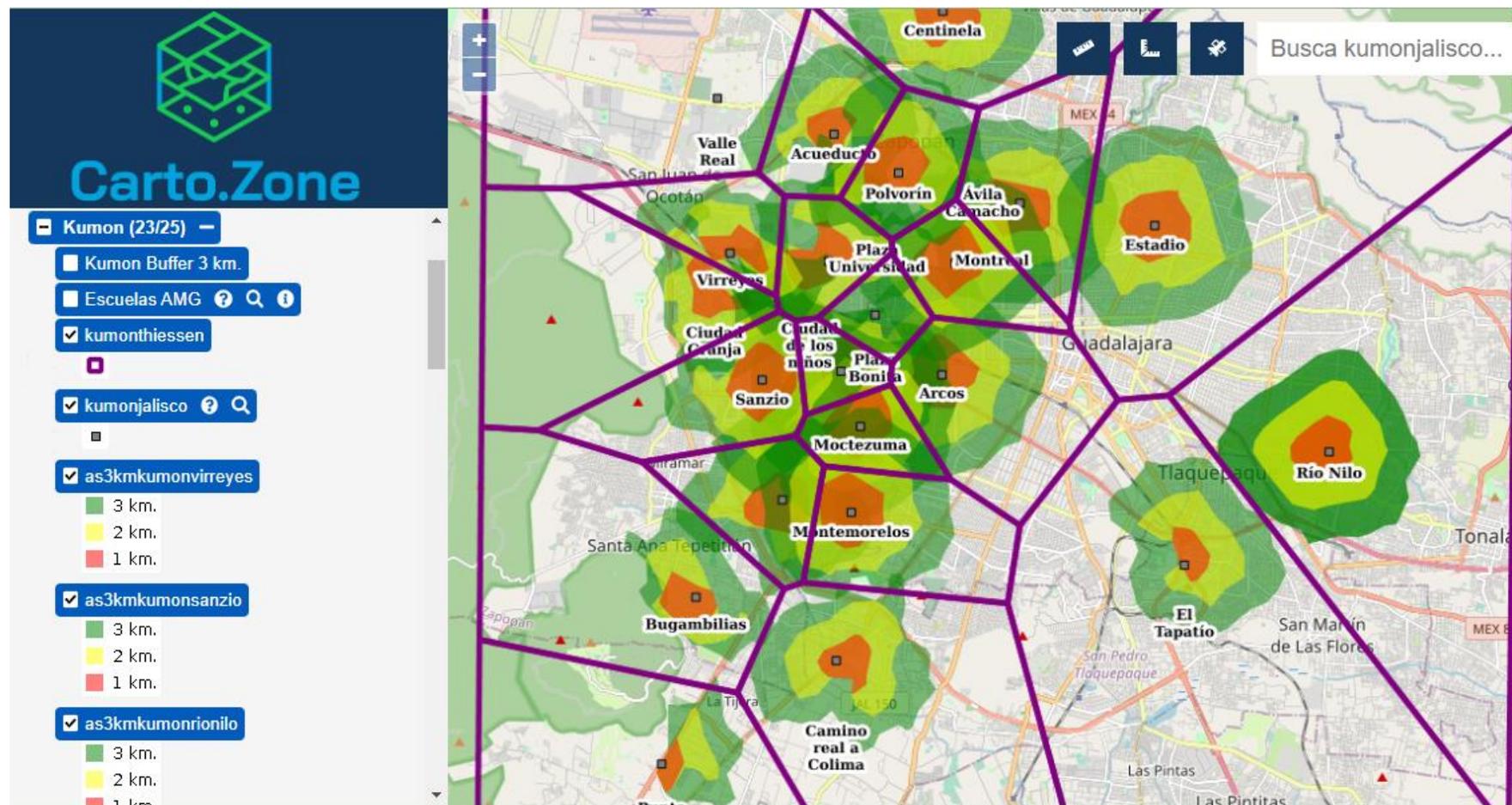
GEOPORTALES EN GEOMARKETING



Objetivos:

1. Optimizar la publicidad y personalizarla según las necesidades de los clientes.
2. Ampliar los conocimientos sobre el mercado viendo datos como la competencia que hay alrededor.

Ejemplo: CENTROS KUMON JALISCO





GEOPORTALES EN GEOMARKETING

Beneficios:

- ✓ Personalizar las campañas de marketing y dirigir las a las zonas donde aún no haya llegado.
- ✓ Realizar un seguimiento de los ámbitos geográficos que ya haya cubierto.
- ✓ Con el geomarketing unido a las redes sociales, obtener más información valiosa sobre; **clientes, competencia, hábitos y costumbres.**





CONTÁCTANOS

M. 55 2941 3810

diana.luevano@mexicanprocedures.com



<https://www.mexicanprocedures.com/>