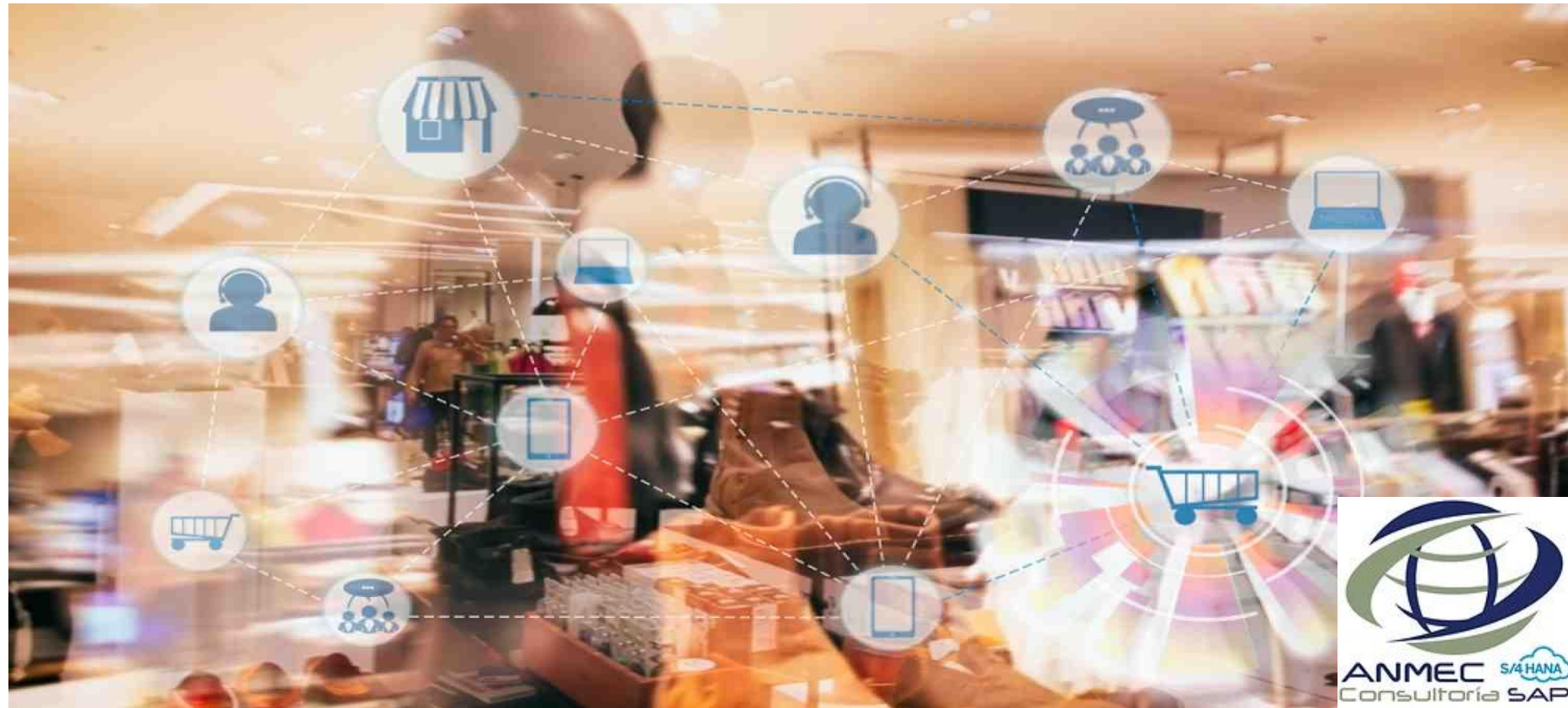




# GEOPORTALES RETAIL

## Objetivos:

1. Vender a múltiples clientes un stock que es masivo.
2. Tomar las Mejores Decisiones en Tiempo Real con Datos en Tiempo Real.





# GEOPORTALES RETAIL



Contar con análisis espacial (Geográfico) y mapas en línea, facilita comprender rápidamente los mercados y como resultado **tener el poder de crecer e incrementar las ventas con precisión.**



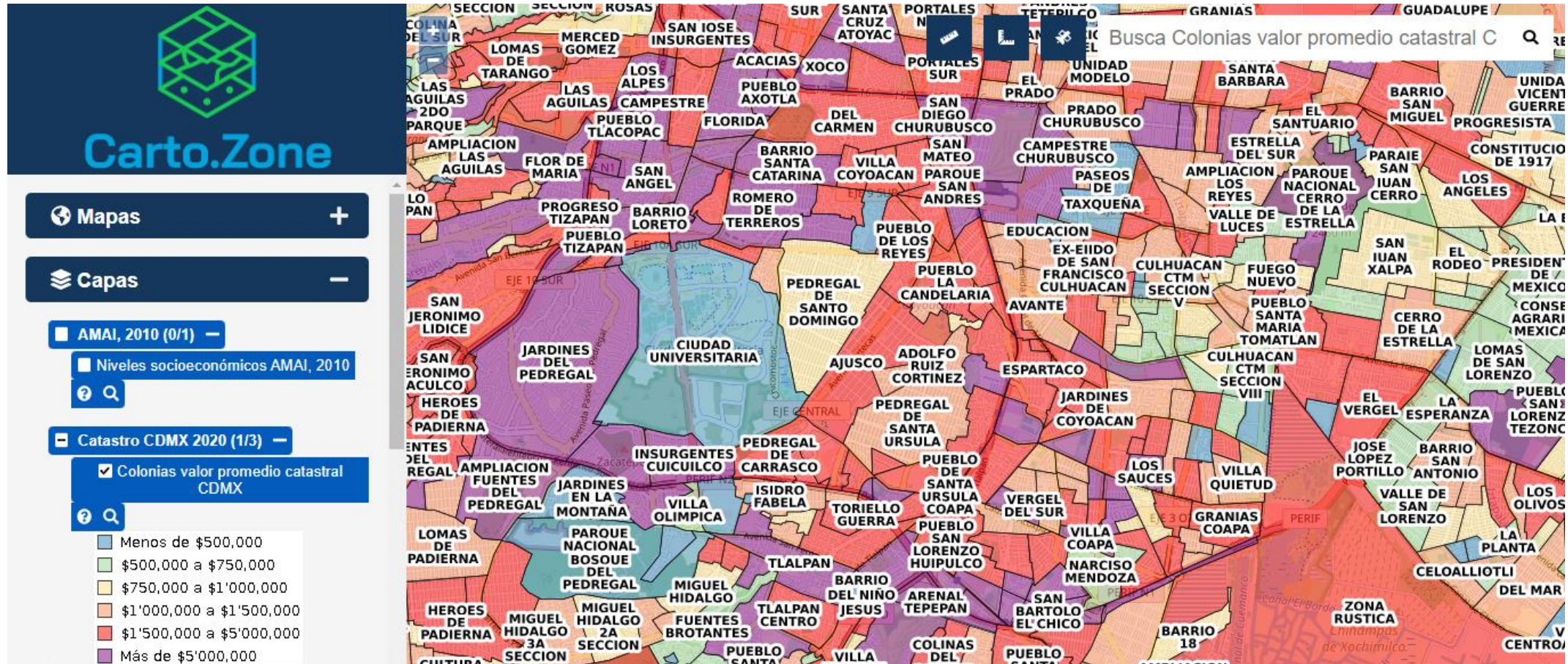


# GEOPORTALES RETAIL



El conocimiento es:

Dónde viven, trabajan y compran los clientes con datos demográficos del INEGI, tomando decisiones sobre lugares, sitios, marketing y **¿dónde surtir productos?**.





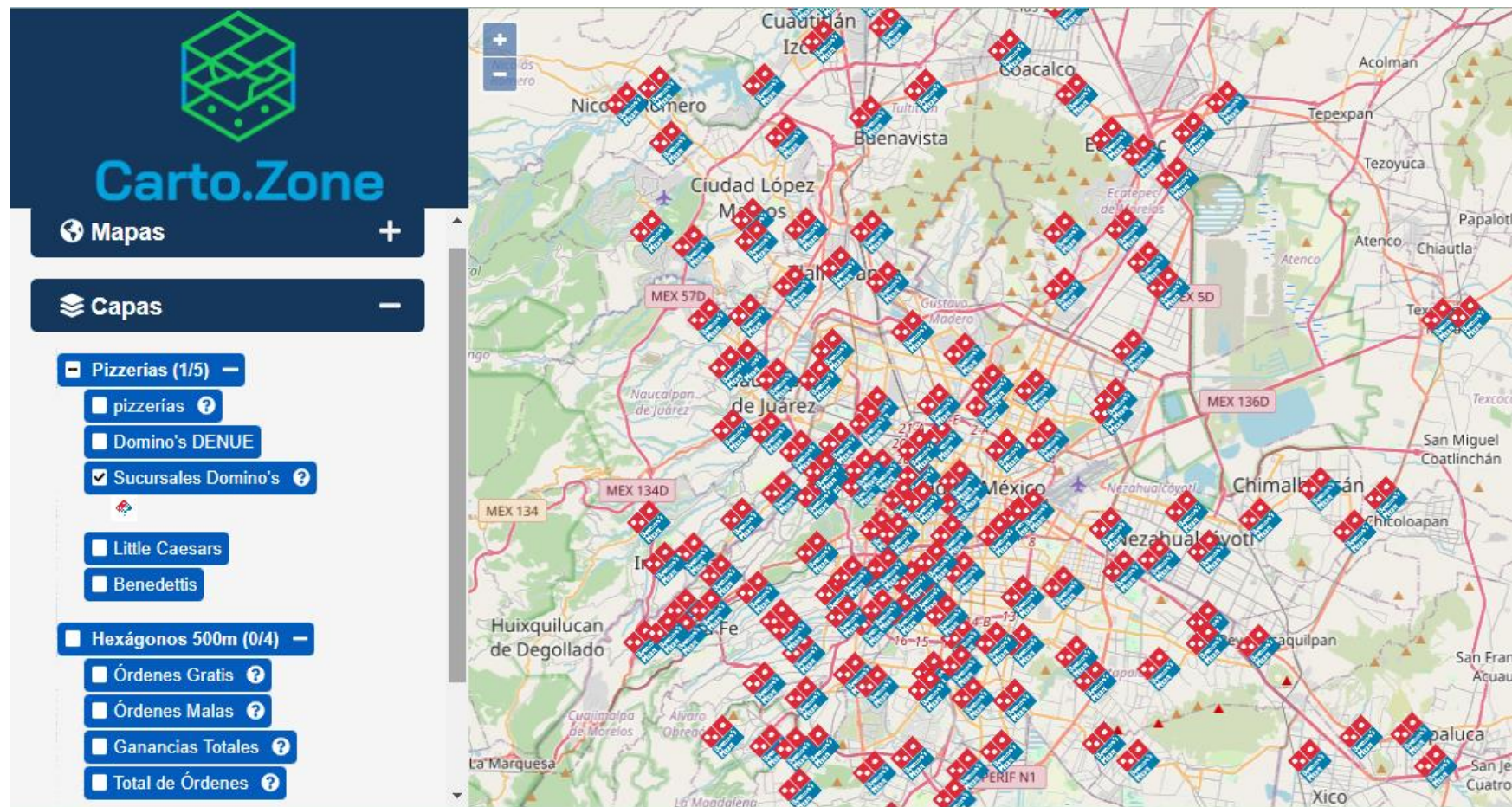
# GEOPORTALES RETAIL



## Ejemplo: ESTUDIO DE CASO: UBICACIÓN PIZZERÍAS DOMINOS

**Lo importante es entender:**

- ¿Por qué las compras suceden?,
- ¿En qué lugares interaccionan los clientes con nuestra marca?,
- ¿Dónde hacen las adquisiciones?, etc.

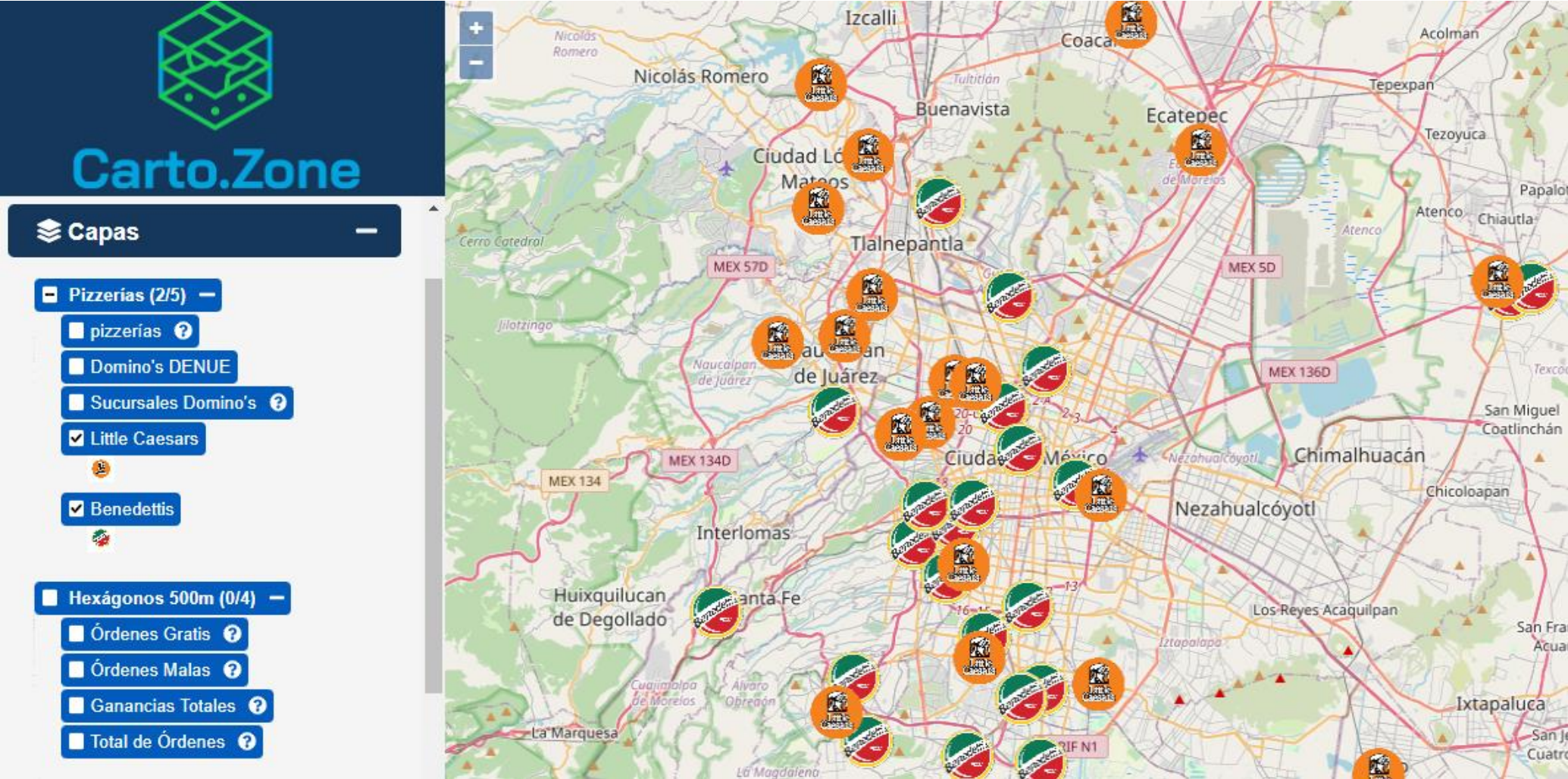




# GEOPORTALES RETAIL



## Ejemplo: UBICAR NUESTRA PRINCIPAL COMPETENCIA



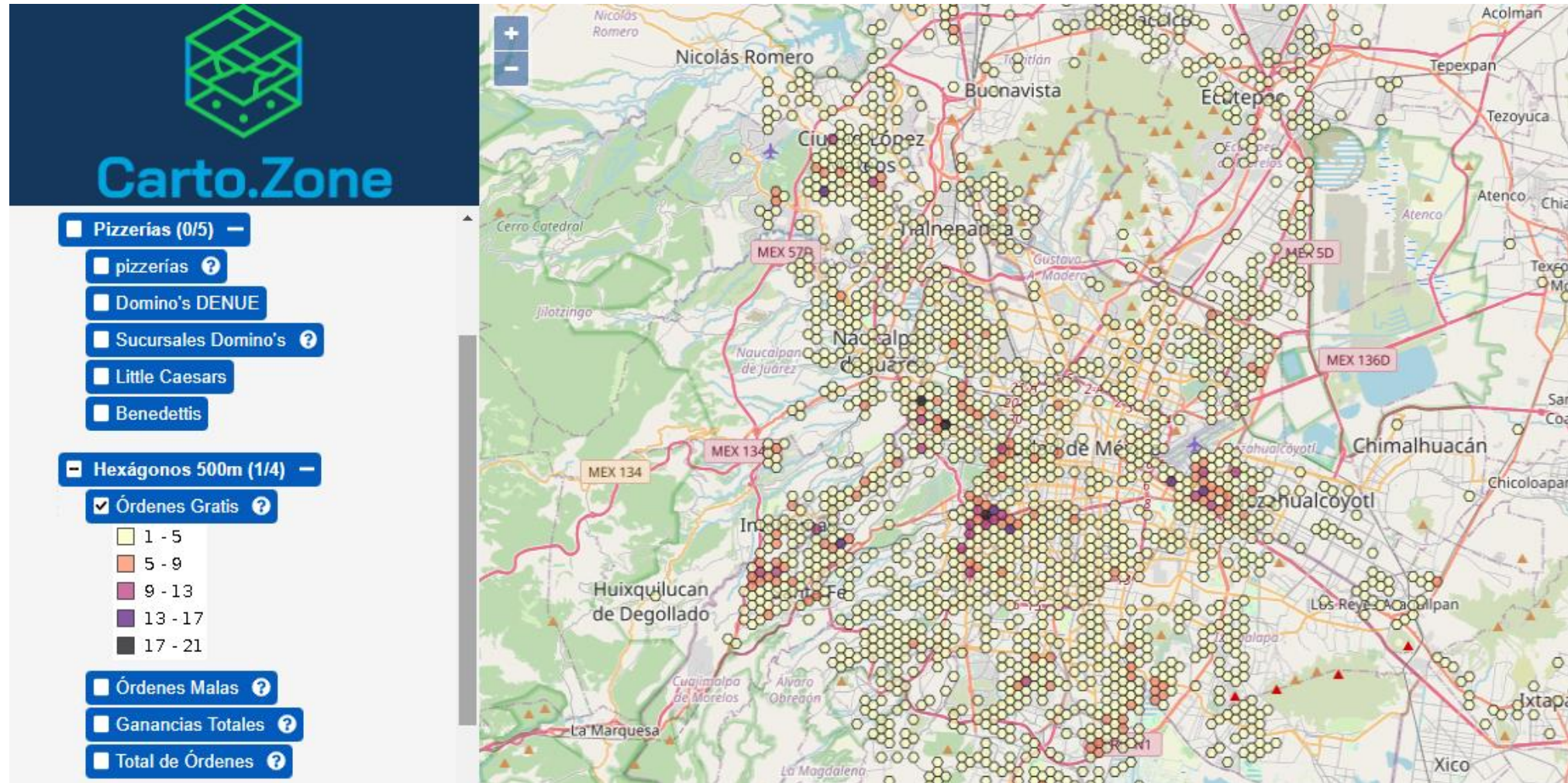


# GEOPORTALES RETAIL

## Ejemplo: ÓRDENES GRATIS

### ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

- Pérdidas del negocio por no entregar en tiempo y forma.





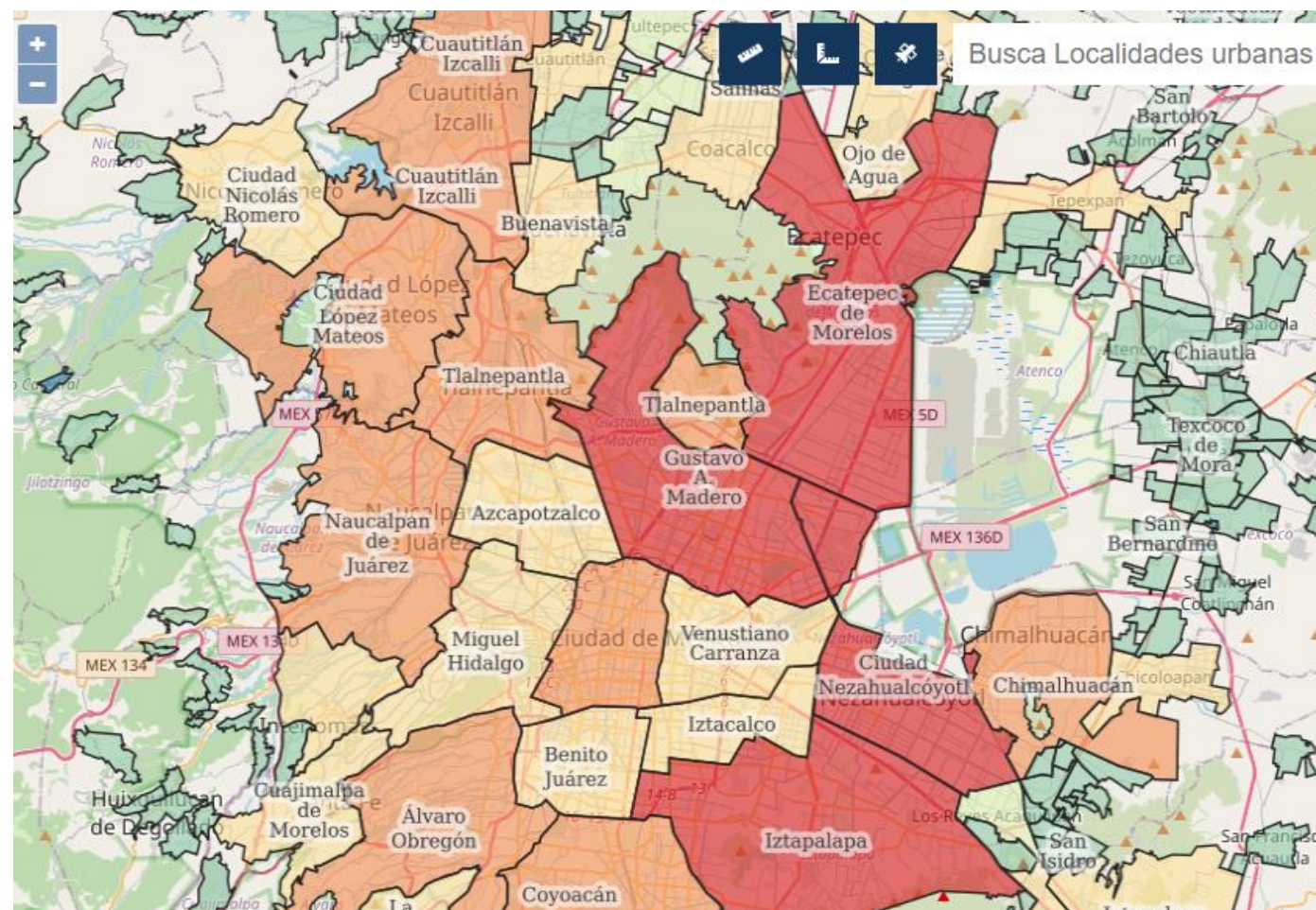
# GEOPORTALES RETAIL



## Ejemplo: LOCALIDADES URBANAS

### Localización óptima de tiendas o franquicias:

Con datos demográficos **SCINCE 2020** se analizan indicadores sociodemográficos con el Censo de Población y Vivienda 2020.





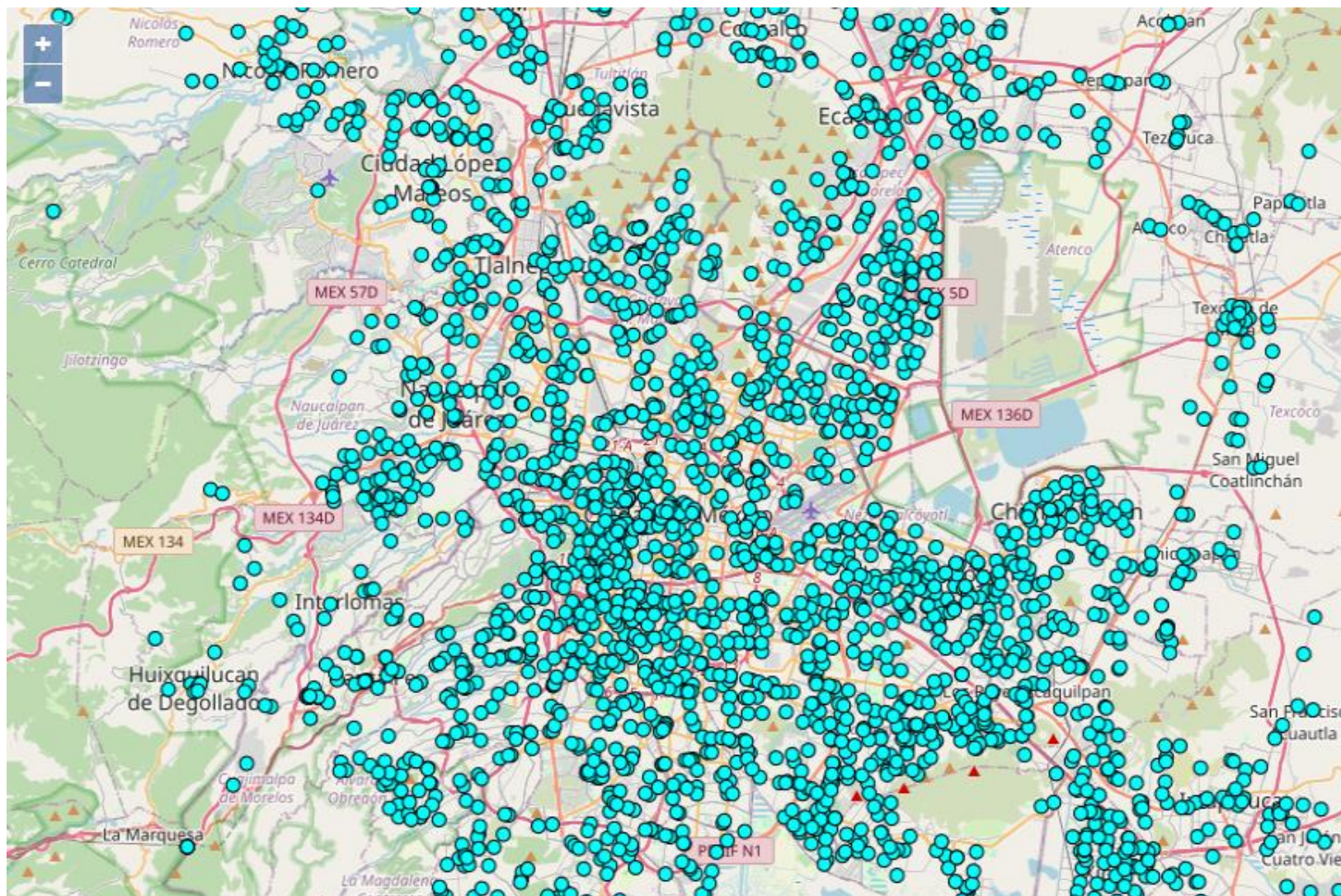
# GEOPORTALES RETAIL



## Ejemplo: UBICACIÓN PIZZERÍAS

**Pronosticar sitios rentables según la presencia competitiva.**

Con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) y el Subsistema Nacional de Información Económica SNIE; cuentas nacionales, ciencia y tecnología, información financiera, precios y trabajo.







# CONTÁCTANOS

M. 55 2941 3810

[diana.luevano@mexicanprocedures.com](mailto:diana.luevano@mexicanprocedures.com)



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