

LIBRO DE LA SEMANA

GEOMARKETING marketing territorial para vender y fidelizar más

Estimad@s amig@s:

“La orientación de las empresas está cambiando de: tengo un producto a quien se lo vendo, a tengo un cliente qué producto le ofrezco.”

Nuevo Viernes - Nuevo Libro | *Javier Pérez Caro* | 20/04/2012 10:53

Sinopsis

¿Se ha preguntado alguna vez por qué cierran tantos establecimientos? En muchas ocasiones, era de prever. ¿Se instalan empresas para atender a gente que no las necesitan! ¡Muchas empresas no saben adaptarse a su mercado, a su entorno local!

Casi nadie (y quién lo hace, tiene éxito) usa técnicas de **micromarketing** para adaptarse al territorio y sus habitantes. Era necesario, ya, abordar el territorio para lograr vender más y mejor, atendiendo a las personas según sus características, según su tipología. Las finalidades que se persiguen con este libro son:

- * Brindar un enfoque comercial centrado en el territorio.
- * Acercar el contenido, sus especificidades y tipologías a los individuos.
- * Adaptar la oferta a los gustos y preferencias del mercado, acercándose a un marketing más personalizado y haciendo uso del **Geomarketing** de una forma económica, con herramientas al alcance de todos mediante bases de datos públicas.

En este **libro** encontrará, sin duda, ideas para sacar partido a su mercado y mejorar las ventas y la fidelización con las tipologías de consumidores y clientes. No dejamos de lado las nuevas tecnologías y cómo éstas están influyendo en el comportamiento del consumidor. Foursquare, Facebook, Google, Tripadvisor o la realidad aumentada son herramientas de bajo coste, alta difusión y alto poder de atracción. No debemos desaprovechar la potencia de estos canales en nuestra estrategia relacional con el cliente.

Al terminar esta obra, usted tendrá respuestas a la pregunta: ¿Es válida la frase “Dime dónde vives y te diré quién eres”? Y, por supuesto, tendrá respuestas a sus inquietudes sobre cómo sacar partido a la **geografía para vender y fidelizar más y mejor**, usando el Marketing Territorial.

“El geomarketing, que tenga éxito en el futuro no será el que disponga del sistema más sofisticado, sino aquél que asocie datos geográficos y datos de marketing para la gestión de la información de la forma más sencilla y rápida.”

Ernest VerBeek

¿Qué es Geomarketing?

El **Geomarketing** es una disciplina de gran potencialidad que aporta información para la toma de decisiones de negocio apoyadas en la variable espacial. Nacida de la confluencia del **marketing** y la **geografía** permite **analizar la situación** de un negocio mediante la **localización exacta** de los clientes, puntos de venta, sucursales, competencia, etc.; localizándolos sobre un mapa digital o impreso a través de símbolos y colores personalizados. Las inferencias y predicciones dentro de esta disciplina van más allá del uso tradicional del análisis cualitativo y cuantitativo, pertenecen a una creciente vertiente de análisis llamado “análisis geoespacial”.

El **Geomarketing** es el área de marketing orientada hacia el **conocimiento global del cliente**, sus necesidades y comportamientos dentro de un **entorno geográfico determinado**, que nos ayuda a tener una visión más completa del mismo y a identificar sus necesidades.

Los sistemas basados en bases de datos y programas informáticos que se utilizan en **Geomarketing** se conocen como **GIS**, en inglés o **SIG** en castellano, que son respectivamente, las siglas de *Geographical Information System* y Sistema de Información Geográfica respectivamente.

Utilicemos herramientas de **SIG** o no, eso vendrá dado en parte por el tipo de análisis que deseemos hacer, presupuesto disponible,... lo que sí tenemos que tener claro es el **potencial del Geomarketing** como herramienta de información localizada.

Podemos tener información de lo que pasa en una zona geográfica de nuestra ciudad, bajando mucho al detalle, lo que nos ofrecerá información de gran valor a la hora de abrir un negocio en una calle o la de al lado, en la acera derecha o en la izquierda, números pares o impares.

El **Geomarketing** es una potente herramienta. Debemos ser capaces de visualizar el poder de la información que es capaz de suministrarnos. No debemos de limitar el **Geomarketing** al “Haz checking aquí”.

¡Cuántos hombres podrían ver si se quitasen las gafas..!

Ch. Friedrich Hebbel

GEOMARKETING

Marketing territorial para vender y fidelizar más
 Juan Carlos Alcaide
 Rocío Calero

