

# Nuevo Viernes - Nuevo Libro

Nace con la misión de ayudar mediante la lectura de libros de management a difundir nuevas técnicas y conocimientos teórico-prácticos que puedan ayudar a la mejora continua en la gestión de las pymes, tanto a directivos como a profesionales, para hacer frente a los nuevos retos con más recursos. Con el objetivo y los valores de recomendar siempre libros que yo hubiese leído antes y supiese a fondo que realmente servirían de ayuda.

## Datos personales



Javier Pérez Caro  
Ver todo mi perfil

## Páginas vistas últimos 30 días



19,475

## Suscribirse Nuevo V

Entradas

Comentarios

## Entradas más visitadas



LIBROS RECOMENDADOS PARA REGALAR EL DÍA DEL PADRE



MARKETING SENSORIAL comunicar con los sentidos en el punto de venta



LA ORGANIZACIÓN SOCIAL convertir en resultados las oportunidades de las redes sociales



GENERACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO

EJECUCIÓN ESTRATEGICA la

jueves 19 de abril de 2012

## 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.”

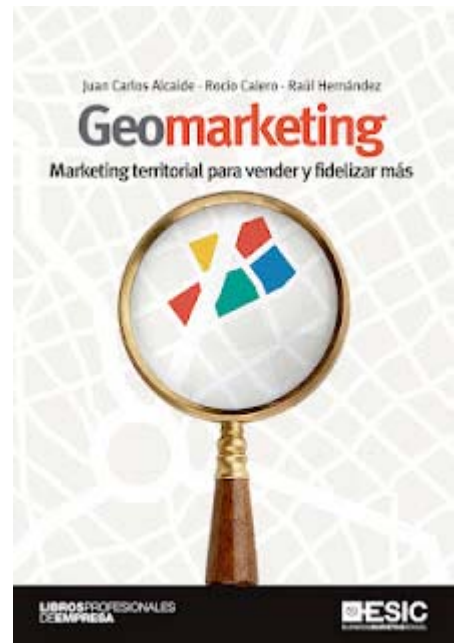
### Sinopsis

¿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



### Ejecución Estratégica



experiencia de 12 CEO clave ante un nuevo escenario



TUMBLR tus redes sociales y blog integrados

### ABC del Shopping Experience



EL ABC DEL SHOPPING EXPERIENCE cómo generar experiencias para vender más en el punto de venta



RESONANCIA (resonate) cómo presentar historias visuales que transformen a tu audiencia

### COMMUNITY MANAGER



COMMUNITY MANAGER conviértete en un experto en "Social Media"



MARKETING DEL VINO

## Buscar en este blog

Buscar

## Archivo del blog

▼ 2012 (25)

▼ abril (5)

[GEOMARKETING marketing territorial para vender y f...](#)

[EL MAPA DEL CRECIMIENTO oportunidades de negocio d...](#)

[MARKETING DEL VINO](#)

[EL ABC DEL SHOPPING EXPERIENCE cómo generar experi...](#)

[RESONANCIA \(resonate\) cómo presentar historias vis...](#)

► marzo (7)

► febrero (6)

► enero (7)

► 2011 (141)

► 2010 (217)

► 2009 (165)

► 2008 (59)

► 2007 (21)

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 ingles 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 si 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

Raúl Hernández

ESIC



“La mayoría de las personas no quieren ver las cosas como son, sino cómo se las representan.”  
Hjalmar Schacht

Recibid un cordial saludo

Publicado por [Javier Pérez Caro](#) en 20:15

+2 [Recomendar esto en Google](#)

Etiquetas: [análisis geoespacial](#), [conocimiento global del cliente](#), [Foursquare](#), [geografía](#), [geolocalización](#), [Geomarketing](#), [GIS](#), [identificar necesidades](#), [información localizada](#), [marketing](#), [micromarketing](#), [SIG](#)

0 comentarios:

[Publicar un comentario en la entrada](#)

Enlaces a esta entrada

[Crear un enlace](#)

[Página principal](#)

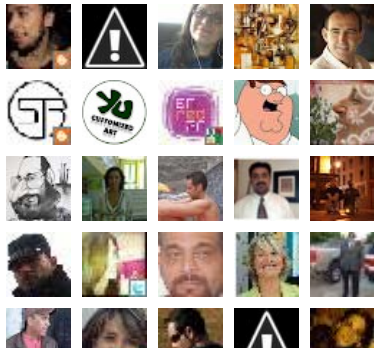
[Entrada antigua](#)

Suscribirse a: [Enviar comentarios \(Atom\)](#)

### Participar en este sitio

Google Friend Connect

Miembros (243) [Más »](#)



### Compatir Post

| [More](#)

### Colaboro con




### Libro de la semana



Paperblog

## Blogs recomendados

 **Actualidad/Gaur egun Koldo Saratxaga y K2K emocionando**  
«El futuro estaba en sus manos y a ellos les tocaba lanzarse a por él o quedarse en la comodidad de lo conocido, por muy incierto que fuese a largo plazo» (Perspectiva de futuro) - Este componente del \*Nuevo Estilo de Relaciones\*, la \*«perspectiva de futuro»\*, tiene que ver con no perdernos en las incidencias cotidianas y locales y, ...  
*Hace 8 horas*

 **Carlos Andreu**  
 Cinco rosas rojas - He terminado la semana en Salamanca, enseñando al equipo directivo de un grupo familiar leonés a mejorar sus competencias de gestionar equipos y comunicar...  
*Hace 6 días*

**Cartografía Emocional**  
Rebeldes - El diccionario define al rebelde como aquella persona que, faltando a la obediencia debida, se rebela contra ella. Como juego de poder, la rebeldía es uno ...  
*Hace 2 días*

 **FRANCISCO ALCAIDE HERNÁNDEZ**  
 Homenaje a los blogueros/tuiteros (78): Juan Carlos Barceló - Hoy tenemos una nueva edición del  
Homenaje a los Blogueros/Tuiteros, en esta ocasión para recibir a Juan Carlos Barceló (@juancbarcelo). Es Licenciado en ...  
*Hace 19 horas*

 **hablemos de talento**  
Hoy es Marketing 2012 - He tenido el honor de volver a participar como ponente en Hoy es Marketing, el encuentro anual organizado por ESIC Business & Marketing School hoy en M...  
*Hace 14 horas*

### Territorio creativo

Novedades en Facebook y la edad dorada de la publicidad - Llego a casa después de un largo día y solo me quedan energías para cenar algo ligero y enchufarme en el cerebro una dosis de contenido que no me haga pe...

*Hace 3 horas*



Este obra está bajo una licencia  
Creative Commons Atribución 3.0  
Unported.