

REGISTER



ESCRITO POR JUAN CARLOS ALCAIDE, ROCÍO CALERO Y RAÚL HERNÁNDEZ

PRINT E-MAIL

## Geomarketing

Usar puntuación: / 1

Malo      Bueno

Biblioteca - Recomendados



### GESTIÓN EMPRESARIAL

Juan Carlos Alcaide, Rocío Calero y Raúl Hernández / ESIC Editorial

La relación entre el geomarketing y el Marketing one to one es indudable. El espacio geográfico no es homogéneo, ni desde el punto de vista físico, ni desde el demográfico. La empresa debe adaptar sus políticas a las características del territorio, hoy posible gracias a la tecnología. Las técnicas para analizar y adaptar las ofertas y estrategias y tácticas de comunicación con los clientes en función del territorio son, precisamente, el eje de este libro.

¿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.

0 tweets

tweet



Seguir a @eexcellence 1,796 seguidores



Revista Executive Excellence en Facebook

Me gusta 72



Conoce BMW Madrid



Newsletter Executive Excellence

Nombre

Correo electrónico

Términos y Condiciones

...