

senciyoDIGITAL.com

El lugar de encuentro entre la sencillez y la TECNOLOGIA

Sobre este blog

SOBRE MI

- LIBROS
BIOGRAFIAS
DOSSIERS
INFOGRAFIAS
VIDEOS
EVENTOS 2.0
SEGUROS
SOLIDARIDAD
WELLNESS
VIRJES

Sigue mi lectura de **EMOCIONES COLECTIVAS** (la inteligencia emocional de los equipos)

Join the conversation

Tweet Resumen del Libro Geomarketing (ESIC)

Recomendar Sé el primero de tus amigos en recomendar esto.

Twitter 4 3

Publicado . miércoles, 27 de junio de 2012



Os dejo el resumen de este libro, que para una persona como yo, totalmente profana en el marketing, me ha parecido un poquito técnico, pero que aporta datos entendibles, como los que os listo a continuación, para comprender la **creciente importancia que la posición geográfica tiene sobre las ventas y la fidelización**:

- La funcionalidad d un producto hoy en día es menos importante q la connotación emocional, buscamos identificarnos con él
- Cambio en la orientacion d empresas: d "tengo 1 producto a quien se lo vendo" a "tengo 1 cliente q producto le ofrezco"
- El geomarketing q tendrá éxito en el futuro no será el más sofisticado, sino el q sea más sencillo y rápido
- Las personas q comparten entornos geográficos tienden a compartir comportamientos, consumos y actitudes similares
- Un periodico de hoy en día contiene la misma información que recibia en toda su vida un ciudadano d la Edad Media
- La unica forma d q las empresas obtengan ventajas competitivas pasa por procesar su principal activo -> la info q genera
- Se estima que el 74% de las sucursales bancarias abiertas en los últimos 8 años están siendo cerradas en 2011/2012
- El 50% de los españoles son clientes de una sucursal que

- se encuentra s menos de 200m de su casa o trabajo
- En España existe una media de 3 oficinas bancarias en un radio de 200m (150m em Madrid y Barcelona)
- Los establecimientos situados en un centro comercial con gasolinera venden un 10% más, y los d la periferia un 5% menos
- Bizkaia en una de las 4 provincias con mayores ingresos a nivel nacional ----> aumento de la capacidad de compra
- Cliente actual es más heterogeneo, exigente y voluble, menos conformista y menos fiel, xo con mayor capacidad d compra
- Kiabi define a su target como: madres d familia, seducidas x variedad y calidad/precio, q disfrutan vistiendo a la familia
- PRINCIPIO D INTERCEPTACIÓN: capacidad d atraccion d 1 local. Cajero: metros, Tienda: 500m, C. comercial: 30mn conduciendo
- PRINCIPIO D ATRACCIÓN ACUMULATIVA: la mayor atracción q supone la agrupación de comercios, frente a 1 sólo punto d venta
- PRINCIPIO D COMPATIBILIDAD: la complementariedad de los locales atrae a los consumidores, ya q se ahorran desplazamientos
- PRINCIPIO D ACCESIBILIDAD: barreras fisicas (rios, cuestras, carreteras...) y legales q pueden afectar al establecimiento
- La inversión en EEUU en marketing de geolocalización pasará de 43M \$ en 2010 a 1.800M \$ en 2015
- El secreto del éxito de Foursquare respecto a Facebook place, es que los usuarios se divierten
- Prototipo de usuario Fousquare español: Varon (73%) de 32 años, q trabaja por cuenta ajena (75%), urbanita
- Perfil cliente supermercados descuento: mujer > 35 años, casada con hijos nivel estudios medio/bajo, ingresos en hogar < 1800€

Recomendar Sé el primero de tus amigos en recomendar esto.

Twitter 4 3

Buscar

Recibe las novedades en tu mail

Suscribirte

Los artículos más populares

Tuit - resumen del libro "Neuromarketing" de Nestor Braidot

Charla de Emilio Duró sobre Optimismo e Ilusión

Jorge Garcia del Arco (y su maleta) en Iniciador Bilbao

Tuit resumen del libro "Ubuntu" de Stephen Lundin y Bob Nelson

Tuit - resumen del libro " Todo va a cambiar " de Enrique Dans (@edans - @edicionesdeusto)

Reflexiones Veraniegas - La Aseguradora del Futuro: "Expertise sin Fronteras"

Reto Bilbaino en la maratón de NY

Tuit - resumen del libro "Gratis (El futuro de un precio radical)" de Chris Anderson

¿Estas dentro o fuera del redondel?

Hoy os invito a romper las normas

El Blog mes a mes

El Blog mes a mes

Colaboraciones

Etiquetas: [ESIC](#), [geomarketing](#), [GPS](#), [Juan Carlos Alcaide](#), [marketing](#), [Raúl Hernández](#), [resumen](#), [Rocio Calero](#), [tuitresumen](#), [Tweet Resumen](#), [TweetRESUMEN](#)



0 COMENTARIOS:

Publicar un comentario en la entrada

Introduce tu comentario...

Comentar como: [Seleccionar perfil...](#)

Publicar

Vista previa

[Página principal](#)

[Entrada antigua](#)

[Lugares a los que pienso volver](#)

Nube de Etiquetas

1972 (1) 2011 (13) 2012 (2) abrazos (1) acción (1) actitud (2) agua (1) AIC (1) Alaba (1) Amazon (1) amor (1) animación (1) animales (1) anticipación (2) apple (5) artículos (1) aseguradora (6) asturias (12) Atenas (4) autosuperación (1) AXA de Todo Corazón (1) ayuntamiento (1) bilbao (10) Bilbao and Tweets (8) Biografía (5) bizkaia (2) Blue Marlin (1) Bodega (1) brevedad (1) budapest (1) cambiar el mundo (4) cambio (1) camino de santiago (1) cantabria (3) carta abierta (1) Castillo (1) ciclismo (1) citas (1) ciudades (1) cloud computing (1) coaching (1) cobertura (1) coches (3) colaboración (1) colores (1) Comercial (1) competencia (1) comunidad (1) concurso (1) conocimiento (2) consecuencias (1) consumer (1) contact center (2) conversion thursday (1) corpore sano (2) creatividad (10) crecimiento (1) crisis (7) Crucero (1) cueva (1) curiosidad (1) Curves (1) cáncer (1) desarrollo personal (1) Deusto (1) dibujos animados (1) diferenciación (2) dinamita (1) diseño (6) diversidad (1) e-Government (1) ebanking (1) EBEuskadi (1) economía (4) educación (5) eEducation (1) ehealth (1) Einstein (1) ELA (7) elaw (1) elegancia. moda (1) Embalse (1) Emilio Duro (2) emociones (3) empleados (1) emprendedor (4) entrenamiento casero (1) epifanía (1) EQUA (1) errores (1) Escocia (2) esférica (1) ESIC (2) estandarización (1) Euskadi (1) eventos (43) éxito (1) experiencia (3) expertise (1) facebook (1) felicitación (2) Felicitación (1) feliz lunes (8) Financial Congress (5) financongress (2) finanzas (5) first tuesday (2) focalización (1) formación (1) fotografía (2) Fotos (1) frases (2) futuro (7) galicia (7) Gandhi (1) Garzón (1) Gastronomía (1) geomarketing (1) gestión documental (1) Gijón (1) globalización (1) google (1) GPS (1) gracias (1) gratis (1) grecia (49) guía (1) hotel (1) humor (2) humor animado (44) Ibiza (15) ideario (1) iglesia (2) ilusiones opticas (8) incormformismo (1) industria (1) inercia (1) infografía (1) inglés (2) iniciador (1) innovación (10) inspirador (1) inteligencia (1) internet (4) intuición (1) inversor (1) invierno (1) ipad (6) iPhone (3) ISAVIA (1) itinerancia (1) MIPZA (2) Jaime Caballero (4) Jeff Bezos (1) Jose Luis Sampedro (1) Juan Carlos Alcaide (1) juegos (1) juventud (1) Koldo Saratzaga (1) La Salle (1) La Salvaje (1) lago (3) Laguardia (1) Leioa iPad Conexión (1) leyenda (1) libro (1) liderazgo (7) Londres (1) longtail (1) los ochenta (6) Lucha (1) magia (1) management (2) maratón (2) marca (1) Mario Alonso Puig (1) mariposas (1) marketing (19) mba (14) mediador (1) METAPOSTA (1) metro bilbao (1) minería (2) mirada (1) Molino (1) monstruo (3) motivación (4) movilidad (3) movistar (3) multiaccess (1) multicanalidad (1) multiculturalidad (2) multinacional (1) museo (6) musica (1) mutua (1) Naranjito (1) natación (5) naturalidad (1) navidad (3) Nelson Mandela (1) Ness (3) neuromarketing (2) new business (1) NFC (1) nitroglicerina (1) niño (1) no puedo con la life (4) nonick (2)

normas (2) NY (3) objetivos (1) ochenta (3) oportunidades (1)
optimismo (2) otros eventos (6) Outfit7 (1) paseo (1) película infantil
(1) personalización (3) planificación (1) plantilla (1) playa (11) playas
(5) plaza (1) posicionamiento (1) prejuicios (1) presentaciones (1)
prevención (3) prisa (2) productividad (1) protocolo (2) Puerto (1)
puesto de trabajo (1) radio (1) Raúl Hernández (1) REACCIONA (1)
redes sociales (9) redondel (1) reflexiones (22) reinención
(1) reportaje (1) reputación (1) responsabilidad (1) restaurante (1)
resumen (6) resumiendo (16) reto (4) Reyes Magos (1) Rocio
Calero (1) RRHH (1) Salamanca (4) San Sebastián (1) Sant Jordi (1)
sector asegurador (1) seguros (6) sencillez (3) Senciyo.digital (6)
sentido común (1) sentimientos (1) seriedad (1) Serifos (22)
servicio al cliente (3) simulación (2) solidaridad (11) spinning (1)
Steve Jobs (2) Storytelling (1) stress (1) superdotado (1) talento (1)
Tecnalia (1) tecnología (2) TED (17) TEDx (5) TEDxBilbao (9)
TEDxLaRioja (1) Telefonica (1) tendencias (1) tichi (1) tráfico (1)
tuitresumen (34) Tweet Resumen (3) TweetBIOGRAFIA (5)
TweetRESUMEN (10) twitter (17) Tóxica (1) túnez (39)
ubuntu (1) vacaciones (3) valores (1) variopinto (24) varios
(27) Ventas (1) verano (34) viajes (139) video
momentos (24) videos TED (8) videoteca
(135) videoteca minería (1) VIP (13) vértigo (1) Walter Isaacson
(1) web (1) webtv (1) Wellness (1) zen (2)