

GEOMARKETING

El Geomarketing ofrece aplicaciones para el análisis estadístico, incorporando variables geográfico/espaciales que permiten la ubicación de clientes, efectividad de promociones, campañas publicitarias, mailings, entre otros. Toda esta información visualizada en mapas inteligentes.

Nacida de la confluencia entre el marketing y la geografía, permite analizar la situación de un negocio mediante la localización exacta de los clientes, puntos de venta, sucursales, competencia, así como realizar un análisis geográfico de datos de todas estas variables.



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".

