



Comercialización.

Mejora de la comercialización a través de geomarketing.



8-20
Horas

OTROS PROGRAMAS RELACIONADOS

Marketing Estratégico

Medición de la Satisfacción del cliente

Análisis y Segmentación de la Clientela

Creación y Optimización de Bases de Datos

Gestión del Servicio al Cliente

El Plan de Marketing en la Práctica

Trade Marketing

Cómo realizar una Investigación Comercial

NIVELES FORMATIVOS



FORMATOS DEL SEMINARIO



OBJETIVOS Y FINALIDAD

- ☼ Sensibilizar sobre las ventajas de la utilización de los SIG en la empresa, aplicando las nuevas técnicas de Geomarketing e implantando la tecnología SIG dentro de los sistemas de información comercial.
- ☼ Abordar la creación propia de un sistema SIG y la manera de explotarlo, mostrando una visión de las soluciones que actualmente existen en el mercado para realizar geosegmentaciones y análisis SIG.

PROGRAMA

Los sistemas SIG.

- ☼ Nacimiento y evolución de los SIG.
- ☼ El Geomarketing y la Geosegmentación.

Las aplicaciones de los SIG en la mejora de la comercialización de las empresas.

- ☼ El análisis de los clientes actuales y potenciales.
- ☼ El análisis de las áreas comerciales.
- ☼ El análisis de las áreas de influencia de una red de puntos de venta.
- ☼ La gestión de redes de establecimiento.
- ☼ Los análisis de Canivalización.
- ☼ Análisis de especialización de redes de establecimientos.
- ☼ Aplicaciones en Marketing Directo.
- ☼ Planificación de medios en publicidad exterior y radio.
- ☼ Planificación de rutas.

Modelos gravitacionales y de concurrencia.

- ☼ Cálculo del potencial de negocio de cada área.
- ☼ Cálculo de las tipologías de cada zona.

Implantación de un SIG.

- ☼ Diseño y creación de la base de datos geográfica.
- ☼ Alimentación de la base de datos geográfica.
- ☼ Mantenimiento de la base de datos geográfica.

Principales suministradores de SIG en España.

- ☼ ESRI.
- ☼ Mosaic.