



Evaluación de un punto y potencial de ventas

Valorizar la ubicación



¿Cómo?

- 1 Identificamos la cobertura geográfica a 5, 10 y 15 minutos del punto a evaluar.
- 2 Identificamos la población presente en el entorno.
- 3 Medimos flujos peatonales y/o vehiculares, logrando determinar de dónde son y que alcance geográfico tiene el punto en evaluación.
- 4 Con un análisis cuantitativo, determinamos los hábitos de consumo y la disposición al cambio hacia el nuevo negocio.



Resultados

- Análisis del potencial del mercado, entregando un valor estimado (\$\$) de ventas del punto en estudio.
- Determinar el área de influencia para precisar la población a la cual se está cubriendo.
- Identificar zonas de canibalización con sus actuales clientes.
- Medir el nivel de aceptación en el mercado y la competencia directa presente en el entorno inmediato.
- Evaluar la accesibilidad al punto y como ésta puede afectar en la captación de nuevos clientes.
- Identificar los potenciales clientes y como éstos perciben el nuevo punto.
- Responder a preguntas como: ¿Es óptima la nueva localización de mi negocio? ¿Dónde puedo dirigir una campaña publicitaria?

Mejore la aceptación de su Negocio

Mirando a través de la geografía, datos de población, demografía y estilo de vida, evaluando la percepción de los hogares presentes con respecto a los productos y/o servicios ausentes en su entorno, logramos, de forma clara, identificar nuevas oportunidades y tendencias a las cuales debiera enfrentarse. Desde este punto de vista, las decisiones serán más efectivas y directas.

Mediante un Sistema de Información Geográfico obtendremos resultados con una visión más práctica, que nos permitirá identificar cuales son las diferentes tipologías y perfiles del entorno y además entregar la rentabilidad que se espera por cada segmento/categoría y así entregar el potencial del negocio.