

ser
vi
cios


GEOMARKETING



¿QUÉ
SON?



GEOMARKETING

Los servicios de Geomarketing son herramientas que a través de instrumentos cartográficos y de estadística espacial, aportan información representativa para la toma de decisiones comercialmente estratégicas, generando una asociación de coordenadas para realizar levantamientos de datos, detectar puntos de observación o extraer muestreos que se realizan en terreno, con la finalidad de visualizar espacialmente la variable analizada y aproximar resultados a la realidad.

Geocrops

¿QUÉ ES?

Es un servicio de geomarketing que identifica la localización, distribución y cuantificación de las áreas sembradas o plantadas del cultivo o frutal de interés.

ALGUNOS BENEFICIOS



Optimización de la inversión.



Relacionarse espacialmente a otras variables geográficas.



Desarrollar estrategias de comercialización por segmentos.



Mayor conocimiento del mercado y análisis de su potencial.



Geofarmer

¿QUÉ ES?

Es un servicio de geomarketing que permite construir mapas temáticos a partir de la georreferenciación de clientes y agricultores, sus atributos técnicos, comerciales, administrativos y financieros, para analizar espacialmente bases de datos que permitan tomar mejores decisiones comerciales.

ALGUNOS BENEFICIOS



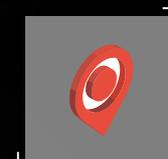
Evaluar de forma más precisa el potencial de mercado.



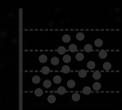
Optimización de la inversión en acciones de marketing.



Evaluar actuales políticas de marketing por grupos de información.



Mayor conocimiento de mercados y la habilidad de focalizar esfuerzos en determinados segmentos.





¿QUÉ ES?

Es un servicio de geomarketing, donde la geolocalización y digitalización de cada unidad productiva (lote), permitirá a las compañías identificar espacialmente distribuciones geográficas de siembra y asociar estos polígonos a otras bases de datos o capas espaciales.

ALGUNOS BENEFICIOS



Incluir en cada lote información obtenida de registros en terreno (Consultar Collect o Agrobok).



Orientar de forma más precisa políticas técnicas y comerciales, por medio de mapas temáticos obtenidos del total de polígonos.



Evaluar de forma más precisa el estado de situación y potencial del mercado.



Síguenos en:   



Conoce todos nuestros servicios en:

agrosat.cl