



Comunicado de prensa  
Madrid, 12 de septiembre de 2018

## ORANGE AMPLIA SU OFERTA DE SERVICIOS BIG DATA PARA EMPRESAS CON UNA SOLUCIÓN PARA EL SEGMENTO “RETAIL” DE LA MANO DE GEOBLINK

En línea con su estrategia de personalización de la oferta Big Data para los distintos segmentos del mercado, Orange se ha unido a Geoblink para el desarrollo, mediante técnicas de Analítica Avanzada e Inteligencia Artificial, de herramientas precisas de análisis de flujos de población. Estas abren la puerta a nuevas posibilidades para empresas de sectores como el “retail”, gran consumo e inmobiliario, ya que les permitirán comprender mejor el comportamiento de sus clientes. Fruto de esta estrategia de colaboración con otros “partners” para diversificar y personalizar sus servicios de Big Data, Orange se ha adjudicado recientemente un contrato del Ministerio de Fomento, junto a la consultora Kineo, para la realización de estudios de movilidad en todo el país.

*“En nuestro afán por dar soluciones Big Data adecuadas a cada sector, nos alegra contar con un nuevo partner como Geoblink: empresa referente en Location Intelligence. La unión de datos y capacidades de las dos compañías proporciona un efecto multiplicador que resulta de gran ayuda para los departamentos de marketing, expansión, gestión de stock y logística.”*, señala José Antonio Serrano Lázaro, Responsable de Big Data en Orange Wholesale.

### “Livedata” para conocer a los clientes en tiempo real

Los datos de Orange, siempre anonimizados, muestran los flujos de población proveniente de la actividad en nuestra red, **millones de dispositivos móviles en todo el país**, abarcando así un amplio segmento demográfico. Estos grandes volúmenes de datos de la operadora se combinan con otras fuentes de datos de Geoblink y se enriquecen con modelos predictivos y técnicas de **inteligencia artificial** para proporcionar **información contextualizada sobre los hábitos y las preferencias de los consumidores**.

Este acuerdo acompaña el **lanzamiento de la funcionalidad “Livedata” de Geoblink**, que incorpora los datos de Orange en su nueva oferta de productos. Como resultado de esta alianza con Orange, las empresas que utilizan esta nueva funcionalidad de Geoblink podrán realizar estudios de mercado y conocer el comportamiento de sus clientes potenciales por hora del día, semana, mes o año en tiempo real.

Al evaluar los flujos poblacionales, es decir, cómo se mueven los consumidores de un lugar a otro, **las empresas pueden mejorar y acelerar sus estudios de mercado y así identificar nuevas tendencias y hacer perfiles más ajustados de sus clientes**. Con “Livedata”, las empresas pueden determinar de forma sencilla e intuitiva dónde viven, trabajan, pasan sus vacaciones o incluso dónde estudian las personas de un grupo demográfico concreto, y encontrar los lugares idóneos para abrir un establecimiento o colocar sus productos. Esto garantizará a las compañías que todos los establecimientos tengan las condiciones óptimas para rentabilizar su modelo de negocio.



Al utilizar los datos anonimizados de Orange recopilados en tiempo real, estos profesionales tienen información más actualizada sobre lo que sucede en cada uno de sus puntos de venta. Esta información se convierte en un ingrediente muy valioso para estrategias de negocio, como pueden ser un plan de expansión o una estrategia de *product mix*.

“Livedata” de Geoblink también tiene un gran impacto para los equipos de marketing, ya que pueden tener **acceso instantáneo a datos que muestran los horarios y lugares donde se encuentra su público objetivo**. Esto permite lanzar promociones de productos dentro de los puntos de venta y/o campañas de marketing mejor segmentadas como publicidad online, buzoneo o vallas publicitarias.

**El fundador y CEO de Geoblink, Jaime Laulhé**, también comenta sobre la nueva asociación y agrega: "Esta alianza estratégica con Orange y el lanzamiento de “Livedata” simbolizan el compromiso inquebrantable de Geoblink de proporcionar a nuestros clientes las soluciones más avanzadas del mercado. Tener datos precisos sobre los movimientos y comportamientos de las personas en tiempo real revolucionará la forma en que las empresas toman decisiones y llevará Location Intelligence al siguiente nivel".

#### Sobre Orange

España es el segundo mercado del Grupo Orange, uno de los principales operadores de telecomunicaciones del mundo con 260 millones de clientes a 30 de junio de 2018. Con un proyecto de generación de valor basado en la convergencia, la innovación y la calidad de servicio, somos el segundo operador en el mercado español de las telecomunicaciones, con una facturación de 5.371 millones de euros y un ebitda de 1.582 millones de euros en el año 2017. Orange es también uno de los principales inversores extranjeros en España, con 23.000 millones de euros de inversión acumulada. A través de nuestras distintas marcas, todas ellas de reconocido prestigio -Orange, Jazztel, Amena y Simyo-, contamos con la confianza de 20,2 millones de clientes a 30 de junio de 2018, que disfrutan de nuestros servicios fijos, móviles y de televisión.

En nuestra apuesta por contribuir a situar a España entre los países líderes en redes de nueva generación y preparar la nueva sociedad digital, estamos llevando a cabo un ambicioso proyecto de despliegue de redes de súper banda ancha fijas y móviles, con el objetivo de alcanzar con cobertura de fibra óptica a 16 millones de hogares en 2020 –actualmente llega ya a 12,7 millones de hogares-, completar nuestro despliegue 4G -que ya alcanza el 97% de cobertura sobre la población en España- y preparar la red para las nuevas tecnologías del futuro. Asimismo, nos diversificarnos para adquirir un papel relevante en nuevos negocios como la banca móvil, Smart Home, teleasistencia, Internet of Things y Big Data. Más información en: [www.orange.es](http://www.orange.es)

#### Sobre Geoblink

Geoblink es la solución de Location Intelligence que permite a los profesionales de los sectores retail, inmobiliario y gran consumo (FMCG) tomar las mejores decisiones sobre sus estrategias de negocio de una manera rápida y objetiva. Gracias a una interfaz muy intuitiva y con gran capacidad analítica, Geoblink permite a empresas de cualquier tamaño realizar investigaciones de mercado exhaustivas y obtener información estratégica en cuestión de minutos. Esta inteligencia empresarial es lo que ayuda a maximizar la rentabilidad de la red actual de tiendas, prever las ventas u optimizar su estrategia de distribución, marketing y expansión, entre otros.

Algunos de los clientes que están utilizando la plataforma de Location Intelligence de Geoblink son Danone, KFC, Papa John's, Carglass, CBRE, Amrest, Restalia, entre otros.

Para obtener más información sobre cómo optimizar tu estrategia de negocio con Location Intelligence, visita: [www.geoblink.com](http://www.geoblink.com)