

“AIS descubre cómo son y dónde están los clientes de cada empresa y las ayuda a definir la estrategia óptima”

AIS es una compañía especializada en el mundo de los sistemas de ayuda a la toma de decisión. Hemos hablado con su Presidente y Director General, Ramon Trias, sobre una de sus soluciones estrella: Habits.

¿Cuándo inició su andadura AIS?

Hace casi 25 años que nos dedicamos al desarrollo de sistemas de ayuda a la toma de decisión. La empresa nació en Barcelona. Hoy tiene oficinas en Portugal, Argentina, México y Chile y clientes en más de veinte países.

¿En qué consiste Habits?

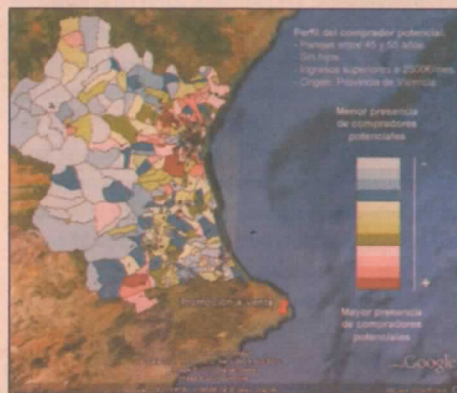
Habits es una base de datos que segmenta la sociedad española en varias tipologías o perfiles de consumo, que pueden ser un elemento clave para definir estrategias ya sea a nivel económico o político.

Por ejemplo...

Actualmente estamos viviendo un momento muy peculiar a nivel social y político. Los partidos e incluso las administraciones públicas tienen un gran problema de prestigio. Se ha manifestado un gran descontento social y electoral que se ha traducido, entre otras cosas, en un alto grado de abstención. Los políticos deben tomar conciencia de que hay familias que no pueden cubrir sus necesidades y deben orientar sus acciones hacia ellas. Habits localiza los segmentos de población con distintas necesidades y

“Habits es una potente herramienta de geomarketing”

facilita así la tarea de que partidos y administraciones planifiquen actuaciones concretas sobre el territorio y las familias que en él residen.



¿Puede esto llevarse también al plano de la economía privada?

Así es. Habits aporta un gran valor añadido a nivel de marketing o de consumo. Estamos en una sociedad que ya no debe orientarse tanto a los productos, sino a los clientes. Hasta ahora era muy relevante disponer de datos sobre lo que pasa en las tiendas. Ahora es clave conocer lo que pasa alrededor de ellas para poder definir políticas de marketing, lanzamientos de producto, distribución, etc. Habits sitúa a los diversos tipos de familia sobre un mapa, por lo que es una poderosa herramienta de geomarketing capaz de descubrir a las empresas cómo son y dónde están los clientes.

Y sobre el stock que más preocupa a la economía española: los inmuebles, ¿puede AIS ayudar a tomar decisiones que nos saquen de ese atolladero?

Nuestro granito de arena aportamos. La crisis y la morosidad han dejado millones en activos no líquidos en las entidades financieras. Para aligerar este peso, AIS ha unido a Habits otros indicadores y elementos para crear una herramienta específica a la que hemos llamado Habits Property Value. Lo que hace es seleccionar de entre esos bienes (suelo, promociones acabadas y obras en curso) los que son más vendibles, determina a qué precio y en qué plazo pueden venderse y, sobre todo, revela dónde están los compradores. Esto permite hacer campañas más eficaces y dar salida a ese stock.

¿Acogen bien las empresas Habits y su derivación para el sector inmobiliario?

En general, sí. El sector inmobiliario, de hecho, nos está acogiendo especialmente bien. Pese a que trabajar con la base de datos Habits y las soluciones tecnológicas que aportamos implica muchas veces un cambio en la cultura de negocio de la empresa, los datos de retorno de inversión -que en ocasiones han alcanzado el 500%- y la eficacia de resultados han hecho que nuestras propuestas tengan éxito.

¿Cuáles son los planes de futuro de la empresa?

La intención es seguir creciendo, tanto en España como en otros países. Tenemos grandes expectativas en proyectos en marcha en la banca de EEUU e incluso en el Fondo Monetario Internacional. Sin embargo, el crecimiento lo estamos llevando a cabo en gran medida mediante la búsqueda de economías de escala y de colaboraciones con partners tecnológicos.



MÁS INFORMACIÓN

AIS Aplicaciones de Inteligencia Artificial
Castillejos, 365 2ª Planta - 08025
BARCELONA - Tel. 93 414 35 34
www.ais-int.com