

**Cliente:**

**GRAN VIA 2**

**Objetivo:** Conocer los clientes, zonas de influencia y oportunidades de crecimiento en visitas y ventas.

**Soluciones:** Estudio de mercado de clientes, segmentación, posicionamiento y zonas de influencia.

**Resultado:** Definición de zonas y segmentos preferentes de actuación, con las variables más significativas de atraktividad.

