



## Microsoft Dynamics CRM Caso de éxito: CRM en HOTETUR

hotetur.com

El Departamento de Marketing de GRUPO HOTETUR dispone, en Microsoft Dynamics® CRM 4.0, de toda la información que necesita para diseñar y dirigir sus acciones de marketing, independientemente de su sistema de origen.

### Visión General

**País:** España

**Sector:** Hoteles y Resorts

**Perfil del cliente:** HOTETUR HOTELS es la cadena hotelera del GRUPO MARSANS, el mayor holding turístico de España. Cuenta con más de 30 establecimientos en 4 países: España (Mallorca y Canarias), Cuba (Habana y Varadero), México (Cancún y Manzanillo) y República Dominicana (Puerto Plata y Boca Chica).

**Necesidad:** Con una estrategia orientada a fortalecer el contacto directo con sus clientes finales, HOTETUR necesitaba centralizar las acciones de marketing en un solo sistema de información preparado para la ejecución inmediata de las acciones de marketing, flexible para la incorporación de nuevas acciones y que ofreciera una visión única de las interacciones de HOTETUR con sus clientes.

**Solución:** Implantación de Microsoft Dynamics CRM 4.0 y ENCAMINA.CRM.IMPACTO.

**Beneficios:** HOTETUR dispone, en Microsoft Dynamics CRM, de toda la información que necesita para diseñar y dirigir sus acciones de marketing, independientemente de su sistema de origen.

“Gracias a Microsoft Dynamics CRM y el add - on ENCAMINA.CRM.IMPACTO hemos logrado centralizar las acciones de marketing y autosegmentar los intereses de los destinatarios de los emails de nuestras campañas.” Benjamín Robles, Director de Organización y Sistemas Hotetur

GRUPO HOTETUR implanta Microsoft Dynamics CRM 4.0 junto con la solución Add-on ENCAMINA.CRM.IMPACTO, para la automatización de campañas de email masivo, cuyas respuestas (clics a los hipervínculos del boletín) se registran automáticamente en el sistema CRM, siendo el propio cliente quien, con sus clics (intereses), construye su propio perfil de marketing.

El Departamento de Marketing de GRUPO HOTETUR dispone en Microsoft Dynamics CRM 4.0, de toda la información que necesita para diseñar y dirigir sus acciones de marketing, independientemente de sus múltiples sistemas de origen.

Con la implantación de esta solución, GRUPO HOTETUR ha logrado la autosegmentación dinámica de sus clientes obteniendo así, una valiosa información sobre los intereses reales de cada uno de los destinatarios



## Situación

GRUPO HOTETUR venía implementando las acciones de su Plan de Marketing utilizando diferentes e inconexos sistemas de información:

- Aplicaciones Web para Profesionales y Agencias.

- Comunidad Web de clientes finales de HOTETUR y BLUE-BAY.

- Sistema de reservas on-line con datos sobre clientes finales.

- Sistema transaccional Microsoft Dynamics NAV.

Al Departamento de Marketing de GRUPO HOTETUR le resultaba difícil obtener un conocimiento claro sobre su cliente final, sus preferencias y las acciones sobre ellos realizadas, dado que los sistemas que usaban no estaban integrados entre sí.

Con una estrategia orientada a fortalecer el contacto directo con sus clientes finales, lo que GRUPO HOTETUR requirió fue centralizar las acciones de marketing en un solo sistema de información, al que inicialmente exigió los siguientes requerimientos:

- Preparado para facilitar la ejecución inmediata y de forma controlada de las acciones de su Plan de Marketing.

- Suficientemente flexible para incorporar nuevas acciones conforme surgiera la necesidad de las mismas a lo largo del tiempo.

- Que ofreciera una visión única de las interacciones de GRUPO HOTETUR con sus clientes.

## Solución

El proyecto fue definido con los siguientes objetivos:

- Centralizar y unificar toda la información de los clientes y contactos (junto a sus reservas de forma agregada).

- Manejar y reconocer las necesidades de los clientes (poder segmentar y perfilar adecuadamente los clientes).

- Facilitar las campañas de email-marketing.

- Conocer, medir y aprovechar los impactos de cada campaña en los contactos individualmente.

- Automatizar interacciones con el cliente.

- Explotar la información y el conocimiento sobre el cliente, optimizando el rendimiento del departamento.

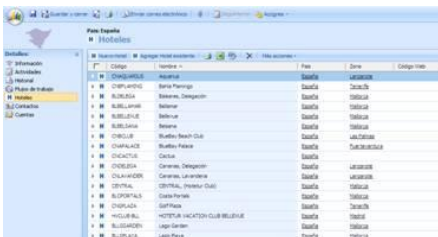
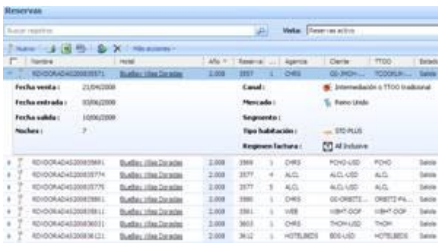
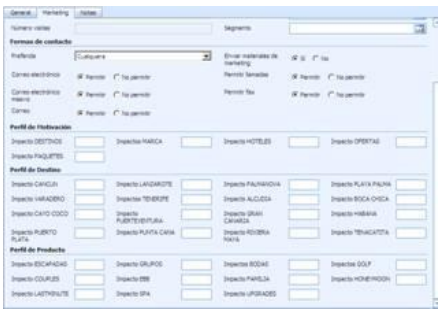
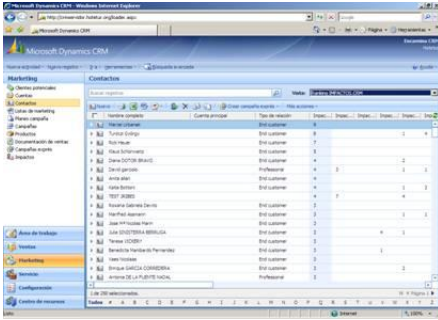
Para conseguir los objetivos definidos se dividió el proyecto en las siguientes fases:

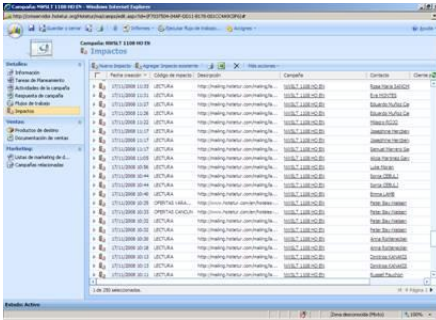
1. Desarrollo de la personalización de Microsoft Dynamics CRM 4.0: cuentas-agencias, contactos-agentes-clientes finales, reservas-reservas x cardex, y planes de marketing.

2. Diseño de los procesos para la integración de los diferentes sistemas de información con Microsoft Dynamics CRM 4.0.

- a. Traspaso diario de agencias, agentes y clientes finales desde los sistemas WEB a Microsoft Dynamics CRM 4.0.

- b. Traspaso diario de cardex y reservas desde el sistema transaccional a Microsoft Dynamics CRM 4.0. así como de aquella información útil para diseñar acciones de marketing: países, zonas, hoteles, idiomas,





canales de venta, mercados, tipos de habitaciones, regimen y segmentos.

3. Implantación de ENCAMINA.CRM.IMPACTO para la gestión de acciones de marketing.

4. Desarrollo de automatismos vía workflows para la automatización de acciones de marketing.

## Beneficios

Tras la realización del proyecto, el Departamento de Marketing de GRUPO HOTETUR dispone, en Microsoft Dynamics CRM 4.0, de toda la información que necesita para diseñar y dirigir sus acciones de marketing, independientemente de su sistema de origen.

Con la implantación de ENCAMINA.CRM.IMPACTO, GRUPO HOTETUR ha logrado autosegmentar de forma dinámica a sus clientes obteniendo así, automáticamente, una valiosa información sobre los intereses reales de cada uno de los destinatarios de los emails enviados en sus acciones de marketing.

GRUPO HOTETUR dispone ahora de una herramienta que le permite implementar con rapidez las acciones de marketing que desea ejecutar ante eventos de un sistema que se va enriqueciendo a sí mismo con información proporcionada automáticamente por sus clientes y el resto de sistemas con los que está integrado, entre otras:

- Envío de información segmentada en función de los intereses mostrados por los clientes. Por ejemplo, ofertas especiales para intereses especiales cuando los impactos sobre dicho interés superan cierto número de impactos.
- Email recordatorio a los clientes de la aproximación de la fecha de entrada de sus reservas.
- Email a los clientes una vez a transcurrido ciertos días tras la fecha de salida de su reserva remitiéndole a una encuesta de calidad sobre el servicio recibido.

Lo más importante, GRUPO HOTETUR dispone de una tecnología que le va a permitir evolucionar su marketing operativo hasta límites hasta ahora imposibles de alcanzar.

## Para más información

Si desea obtener más información sobre los productos y servicios de Microsoft póngase en contacto con nuestro Servicio de Atención al Cliente en el 902-197-198.

Para obtener acceso a la información a través de Internet, visite:

[www.microsoft.es/crm](http://www.microsoft.es/crm)

Si desea obtener más información acerca de GRUPO HOTETUR, llame al número 971 43 03 09 o visite el sitio

Web: <http://www.hotetur.com/es/hotetur/index.html>

Si desea obtener más información acerca de los productos y servicios de ENCAMINA, S.L., llame al número 902 196 893 o visite el sitio Web: [www.encamina.com](http://www.encamina.com)

## Microsoft Dynamics

Microsoft Dynamics ofrece una amplia gama de aplicaciones y servicios empresariales integrados, diseñados para ayudar a las pequeñas, medianas y grandes empresas a estar mejor conectadas con clientes, empleados, socios y proveedores.

Para obtener más información sobre Microsoft Dynamics, visite:

[www.microsoft.es/dynamics](http://www.microsoft.es/dynamics)

### Software y servicios

Microsoft Dynamics CRM 4.0  
Microsoft Dynamics NAV 5.0  
Microsoft SQL Server 2005  
ENCAMINA.XMLSynchro  
ENCAMINA.CRM.IMPACTO  
Microsoft Visual Studio .NET 2003/2005.  
PostgreSQL30 y agAdmin III.

### Partners

ENCAMINA S.L.