

Comunicado de prensa

MELIÁ Y MINSAIT SE UNEN PARA INCENTIVAR LA PRESENCIA DEL CLIENTE EN SU ESTRATEGIA DIGITAL

- **Meliá Hotels International, en su proceso de transformación digital, apuesta por el conocimiento 360 del cliente con el objetivo de proporcionar experiencias personalizadas**
- **A través de la tecnología de Salesforce, este proyecto, único a nivel mundial, facilita la gestión de las interacciones en tiempo real mejorando la satisfacción de los clientes con una mejor experiencia durante todo el *customer journey***
- **El Grupo ha designado a su Experience Contact Center como canal estratégico para la relación con sus clientes**

Madrid, 14 de mayo de 2019.- Meliá Hotels International afronta, acompañado por Minsait, una compañía de Indra, un proyecto para transformar la manera en la que la compañía se relaciona con sus clientes, mejorando su experiencia digital y apostando por una estrategia que le permita tener una visión única de los mismos independientemente del lugar, del momento y del canal por el que interactúen. El objetivo es personalizar la experiencia dentro del “Customer Journey”, gestionando todas sus peticiones de manera eficaz, ofreciendo contenidos personalizados y relevantes en función de las necesidades de cada uno de ellos.

Dentro de este proyecto, Meliá Hotels International se apoya en su Experience Contact Center, que con una visión completa del cliente podrá resolver sus demandas de una manera más ágil y eficaz. Además, gracias a su enfoque omnicanal, la Compañía podrá identificar las preferencias de sus clientes y ofrecerles la mejor experiencia posible durante todo el *customer journey*, desde que surge su necesidad hasta que disfrutan del servicio.

Atención diferencial al cliente

Minsait acompaña a Meliá Hotels International en el desarrollo tecnológico de funcionalidades para poner al “cliente en centro”, transformado su anterior Call Center en un Experience Contact Center omnicanal. Este desarrollo pone a disposición de Meliá una consola única basada en Salesforce Service Cloud, que ofrece capacidades como los procesos guiados de gestión de casos, la integración con la plataforma de reservas o la gestión del programa de fidelidad MeliáRewards, facilitando una comunicación individualizada con los clientes.

Además, gracias a la tecnología implementada, los clientes pueden interactuar por nuevos canales tales como el Chat disponible en melia.com o en la App móvil, WhatsApp, así como integrar los existentes (correo y teléfono) y obtener una experiencia relevante e inmediata con una visión 360.

“En un momento en el que cliente es cada vez más exigente, nosotros debemos continuar mejorando su experiencia. Para ello, el conocimiento de sus preferencias y necesidades en tiempo real es vital para ofrecer un servicio personalizado, ágil y eficiente. En esta línea, nuestro proyecto de transformación digital incorpora el conocimiento previo del cliente a través de nuestro big data, obteniendo la información necesaria para ofrecer una mejor experiencia”, según afirma la Directora Global del Contact Center de Meliá Hotels, Elena de la Torre.

Hacia el Marketing Digital personalizado

Asimismo, Meliá Hoteles International ha conectado la solución tecnológica Salesforce Customer Service con Salesforce Marketing Cloud lo cual ha sido sin duda un punto de inflexión en la estrategia proactiva de generar tráfico cualificado y de alto valor hacia su nuevo canal estratégico Experience Contact Center. La Solución permite comunicarse con el cliente en el momento preciso, acompañándolo desde que realiza la

Comunicado de prensa

reserva del hotel hasta que finaliza su estancia, proporcionándole contenidos de su interés en todos los momentos claves de la relación.

Como explica Coloma Crespi, Directora de Business Development Technologies de Meliá, “con Salesforce avanzamos hacia un marketing omnicanal, que, con la integración de las capacidades inteligentes desarrolladas en el marco de nuestra estrategia customer centric, implica una comunicación personalizada y a tiempo real con nuestros clientes”.

Con ambas soluciones, “la cadena hotelera es capaz de cubrir sus necesidades tanto de B2C como de B2B (MeliáPRO), así como las de su programa de fidelización “MeliáRewards”, permitiendo desencadenar acciones de marketing transaccionales en función de las necesidades del cliente, transformando su estrategia de comunicaciones, y orientándola a un modelo personalizado en tiempo real, donde el comportamiento en un canal puede derivar en experiencias únicas a través de cualquier otro canal de los que dispone el cliente” según afirma el responsable de Turismo de Minsait, Mikel Perez Ilzarbe.

Acerca de Minsait

Minsait, una compañía de Indra (www.minsait.com), es una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica. Minsait presenta un alto grado de especialización y conocimiento sectorial, que complementa con su alta capacidad para integrar el mundo core con el mundo digital, su liderazgo en innovación y en transformación digital y su flexibilidad. Con ello, enfoca su oferta en propuestas de valor de alto impacto, basadas en soluciones end-to-end, con una notable segmentación, lo que le permite alcanzar impactos tangibles para sus clientes en cada industria bajo un enfoque transformacional. Sus capacidades y su liderazgo se muestran en su oferta de productos, bajo la denominación Onesait, y su oferta transversal de servicios.

Acerca de Indra

Indra (www.indracompany.com) es una de las principales compañías globales de tecnología y consultoría y el socio tecnológico para las operaciones clave de los negocios de sus clientes en todo el mundo. Es un proveedor líder mundial de soluciones propias en segmentos específicos de los mercados de Transporte y Defensa, y una empresa líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información en España y Latinoamérica a través de su filial Minsait. Su modelo de negocio está basado en una oferta integral de productos propios, con un enfoque end-to-end, de alto valor y con un elevado componente de innovación. En el ejercicio 2018, Indra tuvo unos ingresos de 3.104 millones de euros, 43.000 empleados, presencia local en 46 países y operaciones comerciales en más de 140 países.

Acerca de Meliá Hotels International

Fundada en 1956 en Palma de Mallorca (España), Meliá Hotels International cuenta con más de 390 hoteles abiertos o en proceso de apertura en más de 40 países bajo las marcas Gran Meliá Hotels & Resorts, Paradisus by Meliá, ME by Meliá, Meliá Hotels & Resorts, INNSiDE by Meliá, Sol Hotels & Resorts y TRYP by Wyndham. La Compañía es líder mundial en el segmento de hoteles vacacionales y su experiencia en este ámbito le ha permitido consolidarse en el creciente mercado de hoteles urbanos inspirados en el ocio. Su compromiso con el turismo responsable le ha hecho ser reconocida como la tercera compañía hotelera más sostenible del mundo en 2018, según la agencia de inversión RobecoSam, que realiza la composición del Dow Jones Sustainability Index. Meliá Hotels International también forma parte del IBEX 35 y es la hotelera española con mejor reputación corporativa (Ranking Merco).