**Organización en la que se ha implantado el proyecto:** Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA)
**Apoyado por:** SMARTACCESS

## TITULO: Sistema de información multicanal para las oficinas españolas de turismo

### Antecedentes/Problemática

TURESPAÑA es el organismo dependiente de la Secretaría General de Turismo responsable de la promoción del turismo español en el exterior, cuya misión es atraer hacia nuestro país el mayor número posible de turistas de los mercados emisores.

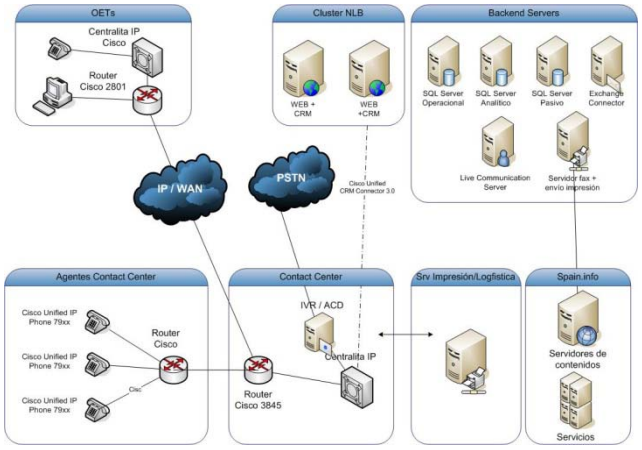
Para realizar su función, TURESPAÑA cuenta con una potente red de 33 oficinas distribuidas en 24 países, denominadas Oficinas Españolas de Turismo (OET) y dos portales de información, un portal corporativo dirigido a profesionales españoles e instituciones www.tourspain.es, en el que se incluye toda la inteligencia de mercados realizada por el organismo y un portal dirigido a turistas, www.spain.info que contiene amplia información sobre destinos turísticos en las diversas regiones y zonas de España.

Las oficinas de turismo atienden más de 1,5 millones de consultas al año, la mayoría de ellas por teléfono o correo electrónico, y proveen en un 80% de los casos información impresa seleccionada de entre los 12 millones de folletos informativos publicados anualmente en 18 idiomas.

### Objetivos

Consciente del potencial que las tecnologías de la información tienen para el desarrollo de sus actividades, TURESPAÑA ha implementado un sistema de atención al público multicanal mediante el uso de la tecnología Microsoft Dynamics CRM.

El nuevo sistema sirve de apoyo en sus labores de promoción que realiza las oficinas españolas de turismo (OET) y a la vez facilita el análisis de información sobre clientes y mercados para identificar nuevas oportunidades.



## Fases del Proyecto

Para conseguir su objetivo el proyecto se ha estructurado en tres áreas principales de actuación:

1. Implantación de un Contact Center

   Permite la interacción con el cliente, con independencia del canal por el que lo haga: teléfono, correo electrónico, fax o internet.

   Los clientes pueden acceder a información turística, servicios, reclamaciones, etc., con el mismo nivel de calidad de servicio independientemente del canal por el que accedan.

2. Implantación de una plataforma CRM

   Facilita la captación, almacenamiento y posterior análisis de la información de los clientes, para identificar nuevas oportunidades de mercado.

   Ayuda a optimizar la gestión de la relación con los clientes.

   Gestiona los contenidos de información disponibles para los clientes.

   Permite la creación, ejecución y seguimiento de campañas de promoción turística.

3. Servicios de logística

   Potenciar el envío de material turístico electrónico en decremento de los envíos físicos.

   La gestión de los envíos se centraliza en la plataforma de CRM independientemente del origen de la petición: usuarios de www.spain.info, solicitudes presenciales en las oficinas y envío de material promocional a profesionales.

## Resultados-Beneficios esperados

Los resultados del proyecto contribuyen activamente a:

- Ofrecer un servicio que mejore los atributos del modelo actual en lo que se refiere a calidad, homogeneidad y alcance del servicio prestado.
- Optimizar las actividades de información realizadas por las oficinas, permitiendo la redirección de algunos recursos hacia funciones de mayor valor añadido.
- Facilitar el acceso del turista independiente a los productos y servicios turísticos del destino España.
- Difundir, a través de los diferentes medios y canales, una “imagen de marca” única del destino España
- Generar un mayor conocimiento de los distintos mercados y clientes, definiendo y explotando estrategias CRM y campañas proactivas de marketing a lo largo del ciclo de vida del turista.
- Fomentar la colaboración con las Comunidades Autónomas y el sector privado.
- Fomentar el uso de las tecnologías de la información, y en concreto la referida a canales, en el Sector.
- Potenciar el portal “spain.info” como principal canal de promoción del turismo en España.

## Conclusiones de la Entidad

El nuevo servicio de información turística para el público se apoya en las nuevas tecnologías y permite potenciar la actividad promocional desarrollada por TURESPAÑA y al mismo tiempo ofrecer nuevas posibilidades de fomento de la colaboración con el sector turístico nacional tanto público como privado.