

CASO DE ESTUDIO

Cómo la empresa de turismo más grande de México implementó una poderosa solución de Customer Experience



En el año 1981. La agencia estaba compuesta por no más de tres camionetas, dos visionarios y un sueño realmente grande. Quizás esto parezca el inicio de cualquier historia de éxito, pero esta historia es diferente; porque no fueron ni los inversionistas, ni las disrupciones de la industria lo que impulsaron a Lomas Travel desde su humilde inicio hasta transformarse en un frenético éxito empresarial. Para los fundadores de la compañía había mucho más, si deseaban tener éxito, debían impresionar excepcionalmente a sus clientes y hacerlo realmente bien.

El día de hoy, Lomas Travel es una de las empresas más brillantes de México y es un ejemplo de lo que se puede lograr cuando un negocio es construido alrededor de la creación de experiencias extraordinarias para sus clientes. Conocido mundialmente como un pionero en la industria turística de México, Lomas Travel se ha convertido en una de las empresas más grandes y fuertes de turismo en México.

Industria ///

Entertainment, Viajes/ocio

Ubicación ///

Cancún, México

Sitio Web ///

www.lomatravel.com

Más de 1,000 especialistas en turismo tienen a cargo alrededor de un millón de viajeros cada año. Coordinan bodas de destino, organizan actividades, se hacen cargo de la transportación y planes para viajes. La mayor parte de los negocios provienen de los traslados y excursiones, sin embargo, Lomas Travel no permite que su huella termine ahí. Los resorts todo incluido, parques recreativos, una marina llena de actividades y un parque acuático a punto de ser inaugurado, forman parte de su portafolio de servicios; todo impulsado gracias a la excelente relación que tienen con sus clientes.

La compañía se enfrentó a un gran problema, cada vez que la empresa llegaba a una nueva meta, su base de clientes crecía y crecía. Y debido a sus innovaciones y avances tecnológicos, Lomas Travel estaba desesperado por encontrar una nueva forma de conectar, comunicar y manejar la experiencia de sus usuarios.

“Creamos un monstruo.”

Por décadas, Lomas Travel confió en soluciones propias para gestionar la experiencia de sus clientes y navegar en su creciente red de agentes.

“Teníamos toda la información en distintas hojas de Excel”, dijo el director corporativo Manuel Lamadrid. “Eran buenas bases de datos, pero existe un límite de lo que puedes hacer utilizando hojas de cálculo. Era mucho trabajo, agregó.”

Tecnológicamente hablando, lo que la compañía había hecho era un desorden a través de todos sus departamentos, sin manera alguna de integrar o unificar sus sistemas. Cada departamento tenía su forma de hacer las cosas, ninguno de los sistemas que usaban

se comunicaba con otros, y era imposible para los empleados tener una Visión de 360° de sus clientes y sus necesidades.

“Creamos un Frankenstein al contratar una compañía de software, después contratamos otra, continuando por una tercera y una cuarta, hasta que tuvimos un monstruo en nuestras manos” comentó Lamadrid. “Se volvió algo muy confuso.” La compañía había logrado muchas cosas, pero aún tenía más metas por cumplir. El obstáculo más grande: La tecnología. Los agentes no tenían un entendimiento claro de las actividades comerciales, no podían lanzar campañas automáticas y les faltaba la visibilidad necesaria para ser efectivos.

Claramente, era el momento de realizar un cambio.

Era momento de hacer un cambio

Cuando Lomas Travel salió en búsqueda de una mejor solución, sus líderes ya tenían una imagen muy clara de lo que buscaban. Necesitaban una solución que les ofreciera mucha flexibilidad, que fuera realmente rápida y lograra integrar un amplio rango de sistemas, incluyendo el ERP de la compañía considerado como una parte esencial de la misma.

Pero lo más importante, necesitaban obtener mucha información: sobre los clientes, las oportunidades, las ventas y sobre cómo estos se unen a medida que los agentes trabajan para cumplir los objetivos.

La compañía consideró múltiples opciones como Salesforce y Microsoft Dynamics, pero al final sólo SugarCRM, la plataforma enfocada en brindar experiencias al cliente, cumplía con todos los criterios.

“Como empresa turística, necesitamos mantener nuestras ventas y evitar desperdiciar oportunidades que se nos presentan. Gracias a SugarCRM, ahora tenemos una gran cantidad de reportes, información y retroalimentación que podemos usar para mejorar continuamente.”

—MANUEL L., Director Corporativo, Lomas Travel



En cuestión de meses, un grupo especializado en ventas y promociones a diario confiaba en SugarCRM para medir el alcance de difusión utilizando un Módulo especial para Reuniones. Ese número creció rápidamente hasta incorporar más de 100 miembros en el equipo de ventas y marketing en distintas áreas de servicio.

Configuraciones al rescate

De una manera simple y sencilla, Lomas Travel ha logrado configurar SugarCRM para que la empresa y sus profesionales puedan anticiparse a las tendencias y cambios.

SugarCRM se integra perfectamente con el ERP de la compañía, lo que significa que los especialistas pueden finalmente obtener una imagen clara de las actividades de los agentes. Lamadrid y su equipo pueden ver las oportunidades que se están convirtiendo en ventas y así replicar el éxito en toda la organización.

Lo más importante, Lomas Travel ha sido capaz de adaptar el sistema para satisfacer sus necesidades—un aspecto especialmente importante cuando se trata de grupos de alto valor y clientes B2B. En un sector en el que la comunicación individual con los clientes es fundamental para el éxito, la empresa necesitaba una forma de medir la eficacia de las reuniones. Todo lo que se necesitó fueron unos cuantos módulos y configuraciones adicionales para obtener una visibilidad completa del impacto en las reuniones llevadas a cabo por agentes de todo el mundo.

Los ejecutivos pueden ver lo que está funcionando y qué oportunidades se están convirtiendo en ventas. “Sugar nos ha ayudado a superar nuestros mayores desafíos.” dijo Lamadrid. “Como empresa turística, necesitamos mantener nuestras ventas y evitar desperdiciar oportunidades que se nos presentan. Gracias a SugarCRM, ahora tenemos una gran cantidad de reportes, información y retroalimentación que podemos usar para mejorar continuamente.”

Acerca de SugarCRM

SugarCRM ayuda a los equipos de ventas a alcanzar su máximo potencial. Las empresas eligen SugarCRM para simplificar lo complejo, priorizar oportunidades comerciales e incrementar las ventas, y todo esto utilizando los recursos que ya tienen. SugarCRM es ideal para industrias complejas, como la manufacturera, de mayoreo y de distribución, que buscan acelerar el crecimiento y tomar mejores decisiones.

Más información en www.sugarcrm.com/es