

Grupo Anaya revoluciona su gestión de clientes con Salesforce Data Cloud

Grupo Anaya refuerza su apuesta por la digitalización con una plataforma innovadora que permite identificar, centralizar y analizar la información de sus clientes. Con esta transformación, la compañía mejora la personalización de las experiencias y la segmentación efectiva y responde a una comunicación mucho más personalizada como demanda el mercado

El cliente

Grupo Anaya es un destacado grupo editorial español, fundado en 1959, que abarca diversos géneros y públicos. La compañía líder en educación ha expandido su oferta a través de múltiples sellos editoriales, permitiéndole cubrir una amplia gama de temáticas y formatos. Entre sus sellos se encuentran Anaya Educación (libros de texto), Anaya Infantil y Juvenil (literatura para jóvenes), Cátedra (crítica literaria y arte), Alianza Editorial (clásicos y ensayo), Oberon (no ficción) y Faeris (nuevo sello de género fantasía). Con esta diversidad la editorial llega a distintos segmentos del mercado, posicionándose como un referente en la edición de obras educativas, literarias y de divulgación en el mundo hispanohablante.

¿Por qué NTT DATA?

NTT DATA tiene un gran conocimiento de las capacidades técnicas de la solución de Salesforce, además de disponer de un amplio catálogo de servicios basados en Mulesoft, requerimientos indispensables para desarrollar este proyecto con éxito.

El equipo de NTT DATA España está compuesto por más de 230 profesionales acreditados, acumulando más de 1000 certificaciones en total. Además, se ha centrado en la formación de sus profesionales en Salesforce Data Cloud, acumulando una amplia experiencia en proyectos complejos.



En un entorno donde la personalización es clave para la fidelización del cliente, Grupo Anaya ha decidido dar un paso adelante en su transformación digital. La compañía se enfrentaba al reto de gestionar un volumen creciente de datos dispersos en múltiples sistemas, lo que dificultaba la obtención de una visión unificada del usuario. Para abordar este desafío, Grupo Anaya confió en la tecnología de Salesforce Data Cloud y en la experiencia de NTT DATA, desarrollando una plataforma que no solo centraliza la información, sino que también permite segmentar y personalizar las interacciones con sus clientes de manera eficiente. Gracias a esta solución, la editorial ha conseguido optimizar sus estrategias de marketing, mejorar la atención al cliente y fortalecer su posicionamiento en el sector educativo.

Necesidad de negocio

- Grupo Anaya requería de una solución centralizada para mejorar la interacción con los clientes y las experiencias personalizadas debido a la fragmentación de datos.

Solución

- NTT DATA implementó una solución integral utilizando Salesforce Data Cloud para centralizar y estructurar la información, mejorando la experiencia del cliente a través de la segmentación y la personalización.

Resultados

- La implementación de Salesforce Data Cloud por parte de Grupo Anaya ha revolucionado la gestión de clientes al centralizar y segmentar más de 900,000 clientes únicos, unificando identidades, automatizando y personalizando campañas, aumentando la fidelidad y la satisfacción del cliente, y optimizando la eficiencia operativa.

Necesidad de negocio

La digitalización ha transformado la manera en que las empresas interactúan con sus clientes, y Grupo Anaya no es una excepción. Con un ecosistema de clientes diverso —desde profesores y alumnos hasta librerías y distribuidores—, la compañía se enfrentaba a un problema crítico: la fragmentación de datos.

La información de los clientes estaba dispersa en múltiples plataformas y sistemas desconectados, lo que dificultaba la construcción de una visión 360° del usuario. Sin una fuente única de datos, la personalización de las experiencias y la segmentación efectiva se convertían en tareas casi imposibles. Además, la falta de integración entre sus canales de comunicación generaba ineficiencias en la gestión de suscripciones, newsletters y comunicaciones corporativas, afectando la fidelización y la relación con sus usuarios.

A este desafío se sumaba la creciente exigencia del mercado en cuanto a experiencias digitales más ágiles y personalizadas. Grupo Anaya necesitaba una solución capaz de centralizar, estructurar y explotar su vasto universo de datos para mejorar la toma de decisiones y ofrecer un servicio verdaderamente adaptado a las necesidades de cada usuario.

Solución

Para hacer frente a este reto, NTT DATA implementó una solución integral basada en Salesforce Data Cloud. Esta plataforma permitió centralizar y estructurar la información, facilitando la segmentación y personalización de la experiencia del cliente.

La solución incluyó:

- Salesforce Data Cloud para consolidar datos de diferentes fuentes y crear una visión 360° del cliente.
- Salesforce Identity, que unificó el acceso de usuarios en distintas plataformas, mejorando la seguridad y la experiencia de navegación.
- Salesforce Marketing Cloud, optimizando la gestión de campañas segmentadas y la automatización de interacciones.
- Personalization Builder, permitiendo adaptar los contenidos en tiempo real según los intereses y el comportamiento del usuario.

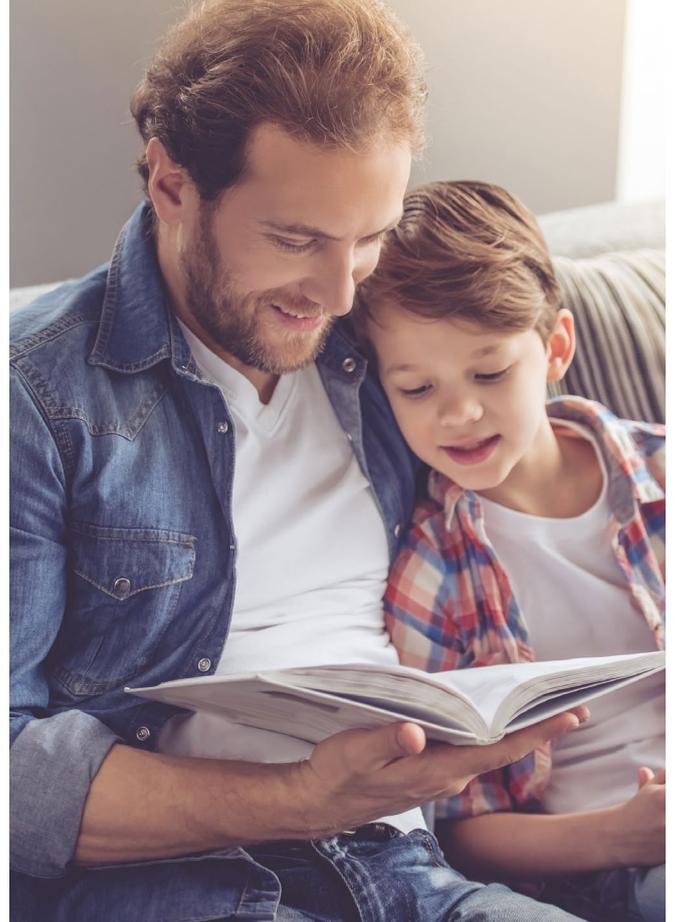
Esta combinación de herramientas ha permitido a Grupo Anaya transformar su modelo de gestión de clientes, pasando de un enfoque fragmentado a un sistema totalmente integrado y automatizado.

Grupo Anaya enfrentó el desafío de consolidar la información de sus clientes que estaba dispersa en diversos sistemas, logrando una visión 360° del cliente y mejorando la relevancia de sus comunicaciones multicanal gracias a la colaboración con NTT DATA

“

El proyecto requería una cuidadosa planificación y gestión de tareas, además de un avanzado conocimiento de las capacidades técnicas de la solución de Salesforce. NTT DATA contaba con esto y con su catálogo de soluciones y herramientas que utilizan la plataforma Mulesoft para integrar y conectar diferentes sistemas y aplicaciones con un diverso y amplio ecosistema educativo.

Miguel Díaz Rubio, Head of Salesforce, NTT DATA



Resultados

La implementación de Salesforce Data Cloud ha supuesto un punto de inflexión en la gestión de clientes de Grupo Anaya. Los principales logros del proyecto incluyen:

- **Centralización y segmentación avanzada de clientes**

Grupo Anaya ha optimizado la gestión de más de 900,000 clientes únicos, unificando la información en una sola plataforma. Ahora dispone de una visión 360° de cada usuario, incluyendo datos de registro, historial de compras, licencias activas y consultas de soporte.

- **Migración a una identidad única**

Se ha eliminado la fragmentación de identidades en los distintos canales digitales de la empresa. Ahora, cada cliente cuenta con un único perfil centralizado, lo que facilita una interacción fluida en todos los puntos de contacto, tanto web de profesores y alumnos, newsletters, tienda online y servicio de atención al cliente.

- **Automatización y personalización de campañas**

Gracias a Salesforce Marketing Cloud, Grupo Anaya ha logrado mejorar la segmentación de audiencias y personalizar la comunicación con los clientes en función de su comportamiento e intereses. Esto ha aumentado el engagement, mejorado la conversión y fortalecido la fidelización.

- **Mayor lealtad y satisfacción del cliente**

El uso de datos en tiempo real ha permitido ofrecer experiencias más relevantes, lo que ha incrementado la confianza y la satisfacción de los usuarios con la marca. Como resultado, se ha observado un aumento significativo en la retención de clientes y en la interacción con los distintos canales de comunicación.

- **Optimización operativa**

La automatización de procesos y la reducción de tareas manuales han permitido una gestión más eficiente de suscripciones y comunicaciones corporativas, mejorando los tiempos de respuesta y la calidad del servicio.

En definitiva, la solución implementada ha transformado la relación de Grupo Anaya con sus clientes, facilitando una comunicación más ágil, personalizada y orientada a las necesidades de cada usuario.

Próximos pasos

Con la base tecnológica ya implementada, Grupo Anaya se prepara para llevar su transformación digital al siguiente nivel. La compañía tiene previsto desarrollar **nuevos casos de uso** que maximicen el potencial de la plataforma y amplíen su impacto en la experiencia del usuario.

Además, continuará con la **medición y optimización constante** de la respuesta de los clientes, asegurando que cada interacción esté alineada con sus necesidades y expectativas. Como parte de esta evolución, se explorarán **nuevos canales de comunicación** y estrategias personalizadas para reforzar la fidelización y aumentar el compromiso de los usuarios.

Otro eje fundamental será **la formación interna de los equipos**, garantizando que los profesionales de Grupo Anaya puedan sacar el máximo partido a la plataforma y aplicar las mejores prácticas en su operativa diaria. Asimismo, se implementarán mecanismos de **recogida de feedback** para ajustar y mejorar continuamente la propuesta de valor de la empresa.

Con estos pasos, el grupo editorial no solo consolidará su relación con los clientes actuales, sino que también fortalecerá su posición en el sector educativo y literario, atrayendo a nuevos usuarios y ofreciendo una experiencia cada vez más enriquecedora y personalizada.



Grupo Anaya considera a su usuario final, ya sea lector, profesor, alumno, familia... o todo ello a la vez, como el eje fundamental sobre el que transformar sus servicios.

Para ello necesitábamos unificar los canales de comunicación, ofreciendo un soporte más eficiente y personalizado.

Elegimos Salesforce, y NTT DATA como el partner para afrontar un proyecto complejo y ambicioso, y poder atender de forma adecuada las necesidades y preferencias de cada usuario, mejorando significativamente la experiencia de todos los clientes. Contamos ahora con una base sólida, a la que añadimos casos de uso que aportan valor de manera exponencial en todos los aspectos.

Jorge Martín Ibarra, CIO Grupo Anaya