CONVOCATORIA DE PREMIOS @asLAN

A PROYECTOS DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN ADMINISTRACIONES

Y ORGANISMOS PÚBLICOS

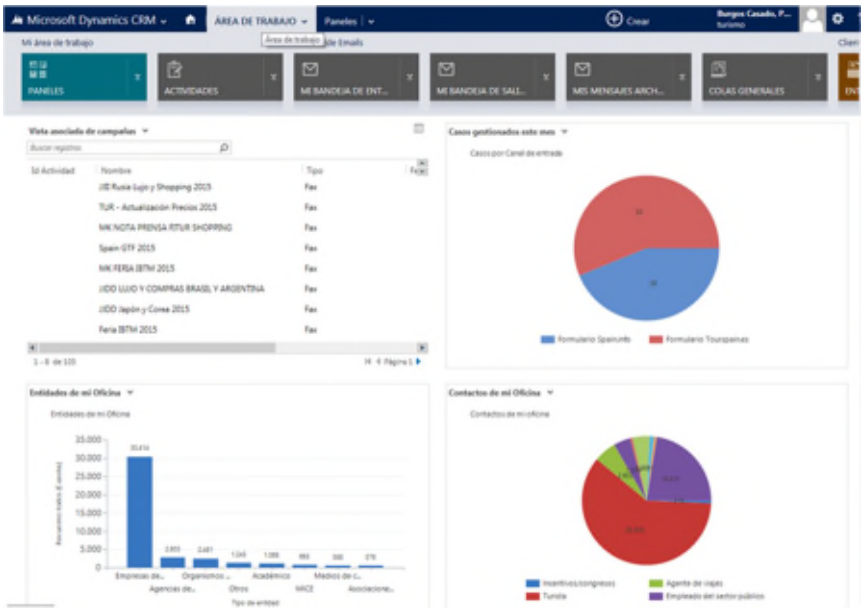
Sistema de Marketing turistico CRM de Turespaña

Implantado en:

Turespaña (Mº Energía, Turismo y Agenda Digital)

ANTECEDENTES/PROBLEMÁTICA

CRM personalizado para Turespaña para el registro de contactos y seguimiento de las acciones de marketing en Consejerias de Turismo en el extranjero. El sistema está integrado con otros sistemas de análisis de datos. Su módulo de clientes incluye los contactos (profesionales y clientes finales) y las entidades (empresas) con los que se relacionan las diferentes oficinas de Turespaña. En la base de datos existen casi dos millones de contactos; y doscientas mil entidades. Desde Servicios centrales se controla la base de datos de hoteles, apartamentos, campings y demás recursos turísticos de España. Desde CRM se exponen estos datos para que sean mostrados en el portal de Spain.info.



OBJETIVOS PERSEGUIDOS

España ocupa el segundo lugar del mundo por ingresos turísticos internacionales y el tercero en volumen de llegadas de turistas internacionales.

El Instituto de Turismo de España (Turespaña), realiza desde sus subdirecciones divididas en las Áreas que las componen y a través de las 33 Consejerías Españolas de Turismo en el exterior las diferentes actividades de promoción del turismo y del sector turístico nacional y el apoyo a la comercialización de productos turísticos españoles en los mercados internacionales, gestión de las campañas publicitarias así como la colaboración con Comunidades Autónomas, entes locales y sector privado.

FASES DEL PROYECTO – RECURSOS EMPLEADOS

Actualmente CRM se utiliza principalmente para gestionar la base de datos de contactos del organismo y para el envío de campañas de marketing, cuyo objetivo es comunicar las novedades relacionadas con el turismo de España.

Cabe destacar también el uso en otros ámbitos como:

- Resolución de preguntas (casos) provenientes del portal www.tourspain.es
- Gestión del SIT (sistema de información turística) compuesto por información relativa a alojamientos (hoteles, apartamentos, camping etc.) y oficinas de turismo.
- Artículos de prensa, en los que se publicita el Turismo en España, incluyendo el medio que lo difunde, archivo adjunto con el artículo, tirada y valor publicitario equivalente (en €).
- Gestión de folletos físicos y envío de folletos digitales.

Datos Generales de uso de CRM Turespaña

Contactos y Entidades

Contactos	1.901.286
Entidades	231.028

Artículos de Prensa

Artículos de prensa	64.444

Sistema de Información Turístico

Hoteles	23.426
Apartamentos	8.495
Campings	1.872
Oficinas de turismo	1.469
Peticiones de información	
Casos	326.174
Folletos electrónicos	210.985
Folletos físicos	343.497
Campañas	
Campañas	37.414
Acciones masivas	13.936
Buzones correo electrónico	138
Emails enviados en 2015	10.996.771
Emails enviados en 2016	10.776.840
Plataforma Escuch@	
Concursos	311
Cuestionarios	1.207
Correos Escuch@	68.067

MEJORAS EN EFICIENCIA Y REDUCCIONES DE COSTE

Las 33 Consejerías españolas de Turismo dan cobertura a 79 mercados agrupados por tipologías en 8 áreas geográficas. Entre sus acciones:

- Desarrollo de inteligencia de mercados.
- Posicionamiento de la imagen de España en el exterior.
- Relación con prescriptores de opinión, medios de comunicación y operadores turísticos.
- Apoyo a la comercialización de los destinos y empresas turísticas españolas.
- Ejecución de los Planes Operativos Anuales consensuados con las CC.AA.

Cabe destacar el uso universal, de importancia en todas las Consejerías que actualmente tiene CRM, así como el nivel de uniformidad de uso, es decir, que todas las Consejerías usan todas las funcionalidades disponibles en CRM.

A continuación se muestra el impacto de uso que tiene CRM por cada Consejería

Datos de uso por Consejería en 2016

OET	Contactos	Entidades	Art. Prensa	Folletos electrónicos	Folletos Físicos	Campañas	A. masivas	Cuestionarios	Correos Escuch@
Berlín	2.172	109	91	50	588	137	8	3	0
Bruselas	13.111	242	133	22	755	288	136	5	1.170
Buenos Aires	585	24	110	0	0	74	0	0	0
Cantón	21	57	176	22	0	67	0	0	0
Chicago	708	297	400	266	101	84	64	1	0
Copenhague	1.291	34	59	83	604	98	78	0	2
Dubai	1.024	7	0	0	0	41	0	0	0
Dublín	259	43	142	0	0	160	35	0	0
Düsseldorf	196	41	1	11	15	5	59	6	5
Estocolmo	1.917	22	0	0	476	191	12	1	0
Frankfurt	30.016	271	191	42	12	127	60	8	5
Helsinki	171	17	1	0	0	137	15	1	2
La Haya	5.518	304	82	595	1.351	200	219	25	67
Lisboa	3.302	90	97	22	533	136	18	8	245
Londres	1.695	274	172	0	2	334	13	11	0
Los Ángeles	240	78	69	96	0	122	42	0	0
México	334	133	228	0	0	92	58	28	15
Miami	764	343	394	356	0	113	140	2	9
Milán	1.582	503	27	2.246	23	164	29	7	1
Moscú	723	113	68	455	0	186	29	0	0
Mumbai	312	29	0	0	0	78	20	0	0
Munich	1.656	316	94	0	1.952	187	255	13	9
Nueva York	3.218	675	460	304	201	90	121	11	5
Oslo	7.425	131	85	0	0	196	138	27	6
París	7.683	357	211	7	568	321	28	10	22
Pekín	516	139	55	0	0	60	12	1	7
Roma	3.024	392	18	1.036	0	97	1	5	0
Sao Paulo	558	111	11	775	0	101	40	0	0
Singapur	330	52	64	0	0	127	1	0	0
Tokio	9.193	191	21	12	1.492	138	69	16	78
Toronto	1.647	263	63	3.503	52	122	31	0	0
Varsovia	1.592	364	45	111	46	101	48	18	20
Viena	504	112	81	0	0	258	0	0	0
Zurich	902	172	526	612	1.802	109	103	4	11
Total	**104.189**	**6.306**	**4.175**	**10.626**	**10.573**	**4.741**	**1.882**	**211**	**1.679**

CONCLUSIONES DE LA ENTIDAD

El Instituto de Turismo de España (Turespaña) ha sido pionero en la promoción exterior de la marca turística España. Ha realizado un esfuerzo continuado e inversión presupuestaria relevante en campaña de marketing internacional.

La contribución del turismo a la economía española supone un 10,9% del PIB y el 12% en empleos. Constituye una palanca o motor para el crecimiento económico y ha permitido equilibrar la balanza de pagos.