

# Grupo Anaya revoluciona a gestão de clientes com Salesforce Data Cloud

O Grupo Anaya reforça sua aposta na digitalização com uma plataforma inovadora que permite identificar, centralizar e analisar informações dos clientes. Com essa transformação, a empresa aprimora a personalização das experiências, segmenta com mais eficácia e responde às demandas de comunicações cada vez mais personalizadas.



## Cliente

O Grupo Anaya é um dos principais grupos editoriais da Espanha. Fundado em 1959, atua em diversos gêneros e públicos. Líder no segmento educacional, a companhia expandiu sua atuação por meio de múltiplos selos editoriais, cobrindo uma ampla gama de temas e formatos. Entre eles estão: Anaya Educación (livros didáticos), Anaya Infantil y Juvenil (literatura infantojuvenil), Cátedra (crítica literária e arte), Alianza Editorial (clássicos e ensaios), Oberon (não ficção) e Faeris (novo selo de literatura fantástica). Essa diversidade permite à editora atuar em diversos segmentos de mercado, consolidando sua posição de referência na publicação de obras educativas, literárias e de divulgação no universo hispano.

## Por que a NTT DATA?

A NTT DATA possui profundo conhecimento técnico sobre a solução da Salesforce, além de um amplo portfólio de serviços baseados em Mulesoft — capacidades essenciais para o sucesso deste projeto.

A equipe da NTT DATA Espanha é composta por mais de 230 profissionais certificados, com mais de 1000 certificações. A empresa também tem investido fortemente na formação de especialistas em Salesforce Data Cloud, acumulando ampla experiência em projetos de alta complexidade.

Em um contexto em que a personalização é fator-chave para fidelizar clientes, o Grupo Anaya decidiu avançar em sua transformação digital. A organização enfrentava o desafio de lidar com um volume crescente de dados dispersos em múltiplos sistemas, o que dificultava obter uma visão unificada dos usuários. Para superar esse obstáculo, apostou na tecnologia do Salesforce Data Cloud e na experiência da NTT DATA, desenvolvendo uma plataforma que não apenas centraliza as informações, como também permite segmentar e personalizar de forma eficiente as interações com seus clientes. Com essa solução, a editora otimizou suas estratégias de marketing, aprimorou o atendimento ao cliente e fortaleceu seu posicionamento no setor educacional.

## Necessidade do negócio

- O Grupo Anaya precisava de uma solução centralizada para melhorar a interação com os clientes e oferecer experiências personalizadas, diante da fragmentação de dados.

## Solução

- A NTT DATA implementou uma solução completa com Salesforce Data Cloud para centralizar e estruturar as informações, elevando a experiência do cliente por meio de segmentação e personalização.

## Resultados

- A implantação do Salesforce Data Cloud pelo Grupo Anaya revolucionou sua gestão de clientes, centralizando e segmentando mais de 900 mil clientes únicos, unificando identidades, automatizando e personalizando campanhas, aumentando a fidelidade e a satisfação dos clientes, e otimizando a eficiência operacional.

## Necessidade do negócio

A digitalização transformou a maneira como as organizações interagem com seus clientes, e com o Grupo Anaya não foi diferente. Com um ecossistema diverso — que inclui professores, alunos, livrarias e distribuidores —, a editora enfrentava um problema crítico: a fragmentação de dados.

As informações dos clientes estavam dispersas em diversas plataformas e sistemas desconectados, dificultando a construção de uma visão 360° do usuário. Sem uma fonte única de dados, personalizar experiências e realizar uma segmentação eficaz tornava-se uma tarefa quase impossível. A ausência de integração entre os canais de comunicação gerava ineficiências na gestão de assinaturas, newsletters e mensagens institucionais, impactando diretamente a fidelização e o relacionamento com o público.

Soma-se a isso a crescente demanda do mercado por experiências digitais mais ágeis e personalizadas. O Grupo Anaya precisava de uma solução capaz de centralizar, estruturar e explorar todo o seu universo de dados, de forma a aprimorar a tomada de decisão e entregar um serviço verdadeiramente alinhado às necessidades de cada usuário.

## Solução

Para enfrentar esse desafio, a NTT DATA implementou uma solução completa baseada em Salesforce Data Cloud. A plataforma permitiu centralizar e estruturar os dados, facilitando a segmentação e a personalização da experiência do cliente.

A solução incluiu:

- Salesforce Data Cloud: consolidou dados de diversas fontes, criando uma visão 360° do cliente.
- Salesforce Identity: unificou o acesso dos usuários em diferentes plataformas, elevando a segurança e melhorando a experiência de navegação.
- Salesforce Marketing Cloud: otimizou a gestão de campanhas segmentadas e a automação de interações.
- Personalization Builder: permitiu a adaptação dos conteúdos em tempo real, com base nos interesses e comportamentos dos usuários.

Essa combinação de ferramentas transformou o modelo de gestão de clientes do Grupo Anaya, que passou de um ambiente fragmentado para um sistema totalmente integrado e automatizado.

**O Grupo Anaya enfrentou o desafio de consolidar as informações dos clientes, que estavam dispersas em diversos sistemas, alcançando uma visão 360° e melhorando a relevância de suas comunicações em todos os canais graças à colaboração com a NTT DATA.**

“

O projeto exigia planejamento detalhado e gestão de alto nível, além de um conhecimento avançado das capacidades técnicas da solução Salesforce. A NTT DATA reunia todos esses requisitos e ainda contava com um portfólio robusto de soluções baseadas em Mulesoft, permitindo integrar sistemas e aplicações em um ecossistema educacional amplo e diverso.

**Miguel Díaz Rubio**, Head de Salesforce, NTT DATA



## Resultados

A implantação do Salesforce Data Cloud representou um marco na gestão de clientes do Grupo Anaya. Os principais resultados alcançados incluem:

- **Centralização e segmentação avançada de clientes**

O Grupo Anaya otimizou a gestão de mais de 900 mil clientes, reunindo os dados em uma única plataforma. Agora, a organização tem uma visão 360° de cada usuário, com informações de cadastro, histórico de compras, licenças ativas e solicitações de suporte.

- **Migração para uma identidade única**

As identidades dos clientes foram unificadas em todos os canais digitais. Cada cliente conta agora com um perfil único, o que permite uma experiência fluida em todos os pontos de contato, como os portais de professores e alunos, newsletters, loja on-line e atendimento ao cliente.

- **Automatização e personalização de campanhas**

Com o Salesforce Marketing Cloud, o Grupo Anaya aprimorou a segmentação de públicos e personalizou a comunicação com base em comportamento e interesses. Isso aumentou o engajamento, melhorou a conversão e fortaleceu a fidelização.

- **Maior lealdade e satisfação do cliente**

O uso de dados em tempo real possibilitou experiências mais relevantes, gerando maior confiança e satisfação dos usuários. Como resultado, observou-se um aumento expressivo na retenção de clientes e no engajamento com os diferentes canais de comunicação.

- **Otimização operacional**

a automação de processos e a redução de tarefas manuais tornaram mais eficiente a gestão de assinaturas e comunicações institucionais, com melhora nos tempos de resposta e na qualidade do atendimento.

Resumindo, a solução implementada transformou a relação do Grupo Anaya com seus clientes, promovendo uma comunicação mais ágil, personalizada e adaptada às necessidades individuais.

## Próximos passos

Com a base tecnológica consolidada, o Grupo Anaya se prepara para avançar ainda mais em sua jornada de transformação digital. A organização tem planos de desenvolver **novos casos de uso** que maximizem o potencial da plataforma e ampliem seu impacto sobre a experiência do usuário.

Além disso, manterá um **processo contínuo de análise e otimização** da resposta dos clientes, garantindo que cada interação esteja alinhada às expectativas e necessidades do público. Entre as iniciativas futuras, está a exploração de **novos canais de comunicação** e estratégias personalizadas para fortalecer a fidelização e aumentar o engajamento dos clientes.

Outro pilar importante será a **capacitação interna das equipes**, assegurando que os profissionais do Grupo Anaya possam extrair o máximo da plataforma e aplicar as melhores práticas no dia a dia. Também serão implantados mecanismos de **coleta de feedback** para aprimorar continuamente a proposta de valor da organização.

Com esses avanços, o grupo editorial não apenas consolidará a relação com seus clientes atuais, mas também fortalecerá sua posição no setor educacional e literário, atraindo novos públicos e oferecendo experiências cada vez mais enriquecedoras e personalizadas.



O Grupo Anaya considera seu usuário final — seja como leitor, professor, aluno, família... ou todos juntos — como o eixo central para transformar seus serviços.

Para isso, precisávamos unificar os canais de comunicação e oferecer um suporte mais eficiente e personalizado. Escolhemos a Salesforce e a NTT DATA como parceiras para encarar um projeto complexo e ambicioso, capazes de atender às necessidades e preferências de cada usuário, melhorando de forma significativa a experiência de todos os nossos clientes. Hoje, contamos com uma base sólida, à qual somamos casos de uso que geram valor de forma exponencial em todas as frentes.

**Jorge Martín Ibarra**, CIO do Grupo Anaya