



**making science**

THE DIGITAL ACCELERATION COMPANY®

# Grupo Lar

Elevando la experiencia  
del cliente a través de la  
tecnología y la innovación

# Grupo Lar:

Elevando la experiencia del cliente a través de la tecnología y la innovación

**+25%**

Incremento del número de socios

**+34,049**

Descargas de la app desde el lanzamiento en enero de 2023

**+12,907**

Promociones canjeadas

**+144**

Eventos publicados

## 1. Acerca de Grupo Lar

Grupo Lar es un referente con más de 50 años de experiencia en el sector inmobiliario. Gestiona la cartera de Lar España Real Estate, especializada en inversión y gestión inmobiliaria, y supervisa 12 activos que abarcan más de 500.000 m<sup>2</sup> de SBA. En conjunto, estos inmuebles han atraído más de 81 millones de visitas sólo en el último año.

El compromiso firme de Grupo Lar es transformar sus centros en la primera opción para los clientes que buscan experiencias de compras y ocio. Su objetivo es fidelizar a los clientes, fomentar la recurrencia de las visitas y aumentar las ventas.

## 2. El reto

En 2018, Grupo Lar se embarcó en un proyecto piloto, lanzando su app de fidelización, “Club Disfrutones”, en el Centro Comercial Portal de la Marina en Alicante, España. El objetivo principal en ese momento era dar a conocer la aplicación y aumentar el número de suscriptores.

Con el favorable recibimiento de los clientes y un crecimiento prometedor, Grupo Lar amplió la iniciativa a otros seis centros comerciales de España en 2019. Su objetivo evolucionó para añadir más valor y obtener una visión más profunda de las preferencias de los visitantes a través de:

1. Una app móvil modernizada que actúa como centro de todas las interacciones del “Club Disfrutones”.

2. Capacidades de datos avanzadas habilitadas por un CRM líder del sector como Salesforce.
3. Introducción de nuevas funcionalidades para agilizar, automatizar y personalizar las interacciones.

Para lograr esta ambiciosa transformación a través de la innovación y la tecnología, Grupo Lar se asoció con Making Science. Aprovechando su sólida alianza con Salesforce, su amplio conocimiento de su ecosistema de productos y su experiencia demostrada en el desarrollo de aplicaciones híbridas, Grupo Lar modernizó con éxito su entorno tecnológico. Esto no sólo mejoró la fidelidad y satisfacción de los operadores de las tiendas, sino que también enriqueció la experiencia del cliente final.

### 3. La solución

En 2022, con el creciente número de miembros del “Club Disfrutones”, Grupo Lar destacó la importancia estratégica de los datos. Reconociendo la necesidad de un sistema de datos robusto, recurrieron a la experiencia de Making Science para liderar esta transformación.

En el centro de esta transformación se encontraba la plataforma CRM líder, Salesforce, capturando cada interacción y facilitando el aprovechamiento de los datos e insights, lo que marcó una nueva era en la estrategia de relación con los clientes de Grupo Lar. Se han desplegado varios productos de **Salesforce**, creando una estrategia de datos completa dentro de un ecosistema tecnológico integrado:

**Service Cloud:** Este repositorio seguro recopila la información básica de los usuarios además de datos sobre sus hábitos de consumo e interacciones con la app y la marca. La segmentación avanzada de las preferencias de los usuarios ha facilitado la activación efectiva de insights.

**Marketing Cloud:** Esta versátil herramienta ha permitido una comunicación personalizada, ágil y automatizada a través de diversos canales, como notificaciones push, correo electrónico, SMS y WhatsApp. Aprovechando los datos de Service Cloud, se han personalizado las campañas a segmentos específicos y se han automatizado las acciones para mejorar los ratios de conversión y promocionar las ventajas del “Club Disfrutones”.

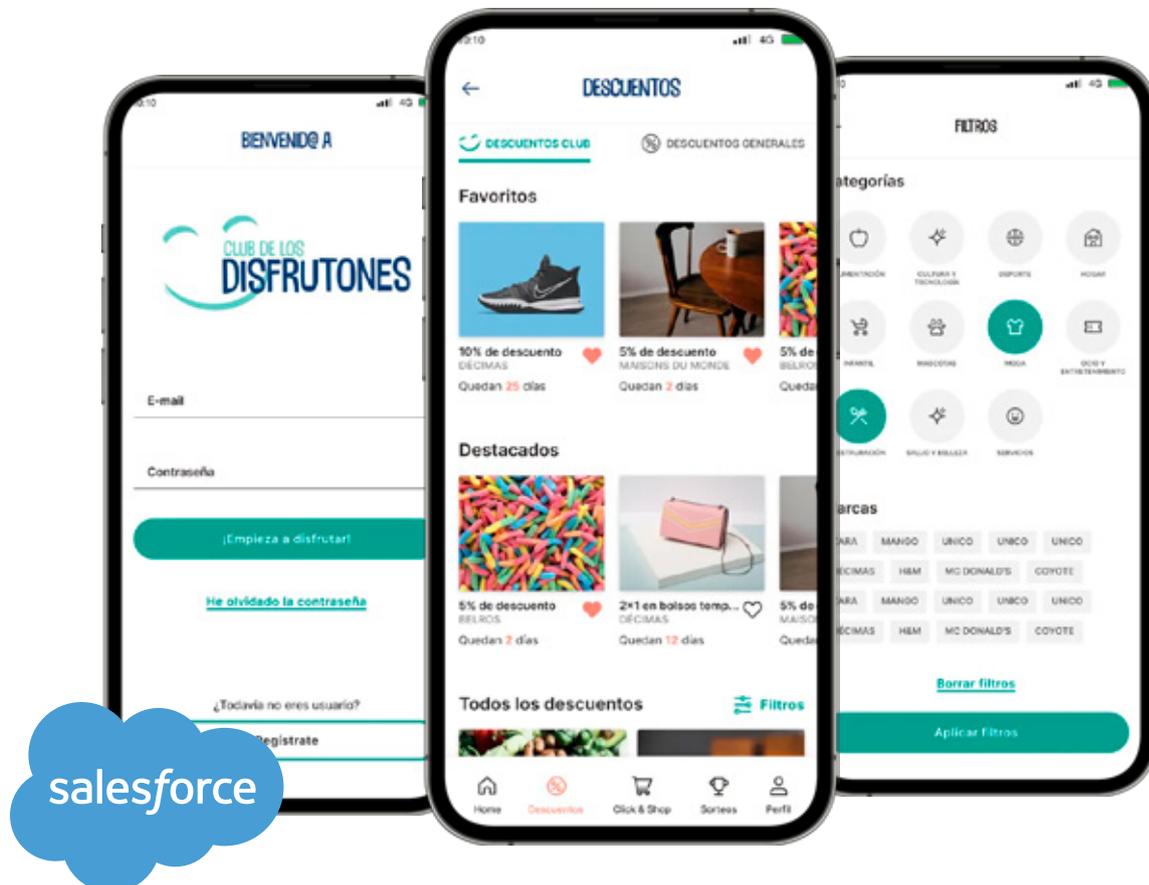
Los expertos de Making Science se han integrado perfectamente en el equipo de Grupo Lar, proporcionando orientación y experiencia a lo largo de todo el ciclo de vida del proyecto. Desde la conceptualización y la creación de un modelo de datos funcional hasta la definición de un enfoque estructurado para capturar y analizar las interacciones de los clientes, han prestado un servicio integral de 360º.

Una vez cimentada la capa de datos, Grupo Lar necesitaba una nueva app “Club Disfrutones”, priorizando la experiencia de usuario y funcionalidades innovadoras. Esta app se ha convertido en el principal canal de comunicación e interacción, ofreciendo a los usuarios ofertas, promociones y contenidos exclusivos de su centro comercial de preferencia, a la vez que permite a Grupo Lar monitorizar todas las interacciones para su adaptación, personalización y automatización de las comunicaciones a través de Marketing Cloud.

Siguiendo un enfoque híbrido para mejorar el éxito de las campañas, la app combina los elementos de una app nativa (desarrollada para iOS y Android) y una app web (a la que se accede a través del navegador de internet). La prioridad de la experiencia de usuario ha garantizado una interfaz atractiva y fácil de usar. Se eligió el servicio en la nube Heroku de Salesforce para el desarrollo de la aplicación por su versatilidad y flexibilidad a la hora de gestionar funcionalidades complejas.

La solidez de la estrategia radica en la perfecta integración de Salesforce Service Cloud con Heroku, lo que se traduce en un sistema CRM más robusto. Los SDK conectados a Marketing Cloud permitieron la comunicación bidireccional, incluidas las notificaciones push, mejorando así el compromiso del cliente.

Además, la integración de tecnología de reconocimiento óptico de caracteres (OCR) ha permitido automatizar la verificación de datos para actividades promocionadas a través de la app, como eventos, concursos y promociones que requieren el envío de tickets de compra. Antes de esta funcionalidad, los visitantes tenían que presentar físicamente los tickets en los mostradores de información, lo que podía resultar en largos tiempos de espera. OCR ha agilizado el proceso de verificación de los tickets, optimizando los recursos de los empleados y mejorando la satisfacción de los clientes, al tiempo que previene el fraude.



## 4. Resultados

Desde la implementación del nuevo sistema en enero de 2023, el número de miembros del Club ha crecido más de un 25%. La empresa dispone ahora de valiosos datos e insights sobre las tendencias de consumo, incluidas las marcas preferidas, el valor medio de los tickets y las categorías.

La aplicación ha sido descargada por 34.049 usuarios, con una media aproximada de 4.000 descargas al mes. Además, los usuarios han canjeado 12.907 promociones a través de la aplicación y se han publicado 144 eventos, lo que ha impulsado significativamente el engagement de los clientes. Los datos recopilados de estas interacciones proporcionan información muy valiosa que Grupo Lar está aprovechando para optimizar aún más y personalizar la experiencia de sus clientes.

Los productos de Salesforce han proporcionado innumerables funcionalidades, seguridad avanzada en el procesamiento de datos e integración flexible con diversas fuentes. Service Cloud ha agrupado datos de forma eficaz y escalable, mientras que Marketing Cloud ha mejorado y personalizado la experiencia del cliente, aumentando su fidelización. Las capacidades de automatización han desempeñado un papel fundamental en la optimización de la gestión de recursos, permitiendo a Grupo Lar coordinarse con proveedores y operadores de forma eficiente y enviar comunicaciones personalizadas relevantes a los clientes en función de sus preferencias.

“

*Making Science ha sido nuestro socio clave en la implementación de Salesforce. Su profesionalidad, colaboración y compromiso fueron decisivos para el éxito del proyecto. Han abordado los retos con eficacia y han cumplido los ajustados plazos del proyecto de principio a fin, desde la conceptualización del modelo funcional y el desarrollo de la nueva app con funciones avanzadas, hasta la implantación de soluciones para la carga masiva de datos.*

”

**Ana Redondo Moreno**  
Directora de Marketing de  
Centros Comerciales en  
**Grupo Lar**



## 6. Mirando al futuro...

De la mano de Making Science, Grupo Lar no sólo está impulsando su negocio, sino que también está dando forma al futuro de la experiencia del cliente en el sector minorista. La colaboración continua podría ampliarse para incluir el desarrollo y despliegue de nuevas funcionalidades, como un sistema de puntos de recompensa y la integración de otras fuentes de datos externas para centralizar la información.

## 7. Conclusión

La colaboración entre Grupo Lar y Making Science ha supuesto el establecimiento de nuevos estándares en la experiencia del cliente, además del posicionamiento de Grupo Lar como líder en el sector inmobiliario y minorista.

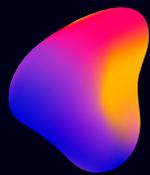
Los beneficios de esta colaboración son de un amplio impacto. Grupo Lar dispone ahora de información muy valiosa sobre las preferencias de los clientes y las preferencias de consumo, lo que les permite tomar decisiones basadas en datos y optimizar sus ingresos. Además, la mejora de la experiencia del usuario y la agilización de los procesos no sólo han impulsado la fidelización de los clientes, sino que también han mejorado la eficiencia operativa y la optimización de recursos.

A través de la innovación, la tecnología avanzada y un compromiso inquebrantable con la satisfacción del cliente, Grupo Lar ha redefinido el futuro de las compras y el ocio, y promete avances aún mayores en el futuro. Esta alianza sirve de referencia para otras empresas que buscan mejorar el compromiso con el cliente y lograr un crecimiento sostenible en un mercado en constante evolución.

## 8. ¿Por qué Making Science?

Las capacidades de Making Science para ofrecer un enfoque holístico, adaptando las soluciones a las necesidades específicas de Grupo Lar, demostrando su compromiso con la colaboración y la obtención de resultados, les convirtió en el colaborador ideal. Esta unión ha revolucionado la experiencia de los clientes de Grupo Lar y ha reforzado su posición como líder del sector, estableciendo nuevos estándares a los que otros pueden aspirar en el sector inmobiliario y minorista.





**making science**

THE DIGITAL ACCELERATION COMPANY®

[www.makingscience.es](http://www.makingscience.es)