

## **Cabestan anuncia un crecimiento del 37% de su volumen de negocio Cabestan apuesta por su especialización técnica y la capacidad de reacción de su servicio de atención al cliente**

**Mientras que la actividad económica sufre un estancamiento, el incremento del volumen de negocio de Cabestan en 2009 respecto al 2008 es del 37%. En 2009, la actividad de Cabestan no ha dejado de crecer a un ritmo muy sostenido.**

En Francia, los proyectos gestionados por Cabestan han dado un giro de 360°. Las grandes cuentas se decantan cada vez más por la automatización y el envío de e-mails one-to-one, de alertas SMS, de e-mails transaccionales, etc. Se ha producido una toma de conciencia: las empresas dedican tiempo a optimizar la relación con su cliente para así maximizar su volumen de negocio. De este modo, las empresas analizan con lupa el comportamiento de sus clientes y se dirigen hacia una segmentación de alto valor añadido. La interoperabilidad entre todos sus sistemas de información y la plataforma Cabestan ha resultado indispensable para responder a estas expectativas.

*"A pesar de un entorno cada vez más competitivo y una situación económica adversa, Cabestan consigue incrementar su volumen de negocio en un +37%. En 2009, Cabestan se impuso como socio de confianza de sus clientes. El mercado reconoce nuestra experiencia técnica, nuestra excelencia operativa y nuestro servicio de soporte al cliente. Nuestra capacidad para acompañar a nuestros clientes en el camino hacia una estrategia de e-marketing de mayor valor añadido explica el índice de fidelidad de nuestros clientes del 97%", explica Daniel Breton, director general de Cabestan.*

Cabestan ha apostado por la experiencia técnica para proponer funcionalidades cada vez más avanzadas, invirtiendo un 20% de sus recursos en Investigación y Desarrollo. La plataforma Cabestan está considerada como la más flexible del mercado: la flexibilidad de su arquitectura permite la integración de la solución e-CRM en la organización existente de la empresa, sin contratiempo técnico alguno. De este modo, la plataforma Cabestan se adapta perfectamente a las necesidades de sus clientes y no a la inversa.

El especialista de la relación con el cliente por E-MAIL ha visto crecer su cartera de clientes en un 23% y ya cuenta con más de 400 clientes en todo el mundo. Entre los clientes más importantes conseguidos en 2009, Cabestan puede citar a GDF Suez, Kiabi, La Poste, La SNCF, L'Oréal, Publicis, Toyota, Lancôme, Renfe, Barcelóviajes o Planeta.

Cabestan exporta sus conocimientos a España, Inglaterra, EE. UU. y Canadá. Estas nuevas implantaciones refuerzan el posicionamiento de Cabestan y permiten responder a concursos de ofertas tanto europeos como internacionales.

Cabestan aborda el 2010 con una confianza total y sigue apostando por su desarrollo técnico y comercial para convertirse en un actor principal en el mercado del E-CRM.

El éxito de la actividad de Cabestan reside en la capacidad para proporcionar una especialización y una excelencia operativa imbatibles basadas en 12 años de experiencia en el mundo del marketing directo en línea.

Marion Bajoux

Para más información: <http://www.cabestan.es>