

Ofrecerá a sus clientes productos y servicios más personalizados y exclusivos

REPSOL DA UN NUEVO IMPULSO A SU ESTRATEGIA MULTIENERGÍA Y AMPLÍA LA COLABORACIÓN TECNOLÓGICA CON SALESFORCE

- **Un nuevo acuerdo permite mayores funcionalidades personalizadas y exclusivas para cada persona que use los productos y servicios de Repsol a través de una plataforma única que gestiona a 10 millones de clientes.**
- **El desarrollo de esta plataforma facilitará una gestión integral de todas las necesidades energéticas de cada cliente tanto en el hogar como para la movilidad, y que éste se beneficie de planes exclusivos y personalizados adaptados a sus necesidades.**

Repsol ha dado un nuevo impulso a su estrategia comercial multienergía con la expansión de su relación con la empresa tecnológica Salesforce mediante un acuerdo estratégico entre ambas compañías que permite el desarrollo de productos y servicios para atender de forma global las necesidades energéticas de los 10 millones de clientes de Repsol.

Los servicios que Repsol está desarrollando sobre la plataforma tecnológica Salesforce permiten ofrecer un servicio global que incluye descuentos, ofertas cruzadas y ventajas personalizadas a través de un solo canal accesible desde cualquier dispositivo y, por tanto, una relación con las personas más sencilla, unificada, fluida y eficaz.

Repsol evoluciona así su estrategia en todos los negocios comerciales de la compañía, desde los clientes de servicios de energía en el hogar o la movilidad hasta ventas directas, GLP, química, lubricantes, asfaltos o especialidades.

El acuerdo de colaboración entre Repsol y Salesforce es una alianza entre la empresa multienergética y la compañía estadounidense a nivel global y permite acelerar y optimizar el desarrollo de productos y servicios para los clientes mediante la estrecha colaboración entre ambas compañías más allá de la relación comercial que mantienen desde hace 8 años.

Según María Victoria Zingoni, Directora General de Negocios Comerciales y Química de Repsol, “este acuerdo se enmarca en nuestra estrategia de compañía multienergética y aprovecha las múltiples capacidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías para afrontar los grandes retos a los que nos enfrentamos las empresas del sector energético. Nuestro objetivo es poder ofrecer a cada cliente aquel producto que necesite en cada momento”.

"Repsol está construyendo su posición en un mundo *digital first* con la visión de desarrollar una estrategia digital centrada en el cliente", ha dicho Gavin Patterson, Presidente y Chief Revenue Officer de Salesforce. "Estamos orgullosos de asociarnos con Repsol como asesor de confianza en su viaje de transformación digital y en el proceso de crear más valor y construir relaciones más fuertes con cada cliente".

Para el desarrollo del acuerdo, ambas compañías han establecido una Oficina de Aceleración Digital para trabajar en diferentes áreas, con el propósito de encontrar las mejores soluciones y productos digitales, elaborar una hoja de ruta común y hacer un seguimiento conjunto de las iniciativas que se pongan en marcha.

El acuerdo va más allá de la incorporación de Salesforce como socio preferente en el proceso de transformación digital de Repsol. Ambas organizaciones analizarán además las posibilidades de colaboración en el ámbito de la sostenibilidad y la reducción de emisiones; y entre Repsol y Salesforce.org, con el objeto de proporcionar soluciones tecnológicas a ONG's y entidades educativas sin ánimo de lucro.

El plan de digitalización de Repsol cuenta con más de 190 iniciativas, con tecnologías muy diversas (inteligencia artificial, data, internet de las cosas...) y con más de 1.000 profesionales involucrados en ellas, con el objetivo de ser una compañía más eficiente y sostenible.