

COMUNICATO STAMPA

Servizio, qualità e personalizzazione: Locauto punta su Salesforce per la sfida del mercato

Nell'anno del Quarantesimo anniversario dalla fondazione, Locauto ha deciso di adottare Salesforce a supporto della strategia di Customer Relationship Management

Milano, aprile 2019. Un ulteriore passo avanti nel percorso di innovazione tecnologica e digitale per Locauto Group che ha deciso di affidarsi a Salesforce, leader mondiale di soluzioni CRM, per costruire intorno ai propri clienti relazioni, esperienze e processi ancora più efficienti e personalizzati.

A breve il CRM Salesforce sarà adottato progressivamente dalle aree aziendali di Locauto per supportare sia le attività di sviluppo commerciale B2B, sia per sostenere le attività di marketing B2C.

"Il segmento corporate sales e il marketing sono due aree strategicamente chiave per la nostra azienda – ha dichiarato il **Vice President di Locauto Raffaella Tavazza** – ecco perché abbiamo deciso di investire ulteriormente nell'infrastruttura tecnologica a sostegno dello sviluppo di questi mercati. La scelta è caduta su Salesforce perché a nostro avviso rappresenta il sistema di CRM più evoluto e flessibile sul mercato, dunque in linea con la nostra filosofia aziendale."

Fra le novità in arrivo con l'adozione del CRM, nuove iniziative customizzate per la clientela diretta, prima fra tutte il lancio di un programma loyalty che – preannuncia **Raffaella Tavazza** – sarà particolarmente dinamico e innovativo: "Vogliamo proporci sul mercato della mobilità come player innovativo e differente, rompendo i tradizionali canoni di comunicazione e offrendo ai nostri clienti soluzioni uniche e all'avanguardia. Già oggi i nostri clienti riconoscono il nostro servizio come fra i più elevati nel settore, dandoci il merito di saper operare in maniera customizzata e flessibile. Con il CRM Salesforce avremo sicuramente una marcia in più e potremo dialogare con la nostra customer base veramente in modalità one-to-one".

"Il 2019 è un anno importante per Locauto, che raggiunge il traguardo dei 40 anni, così come per Salesforce, che nel 1999 nasceva con l'idea rivoluzionaria di offrire alle aziende una soluzione semplice da implementare e affidabile attraverso il cloud", ha sottolineato **Ezio Russo, Area Vice President di Salesforce Italia**. "Siamo quindi ancora più onorati di accompagnare uno dei leader storici nella mobilità in Italia nel suo percorso di innovazione proprio in questo importante anniversario, perché ciò che unisce le nostre realtà è proprio la voglia di innovare e trovare soluzioni orientate alla personalizzazione come sinonimo di cura e attenzione per il cliente".

LOCAUTO

Ufficio Stampa - Sergio Cerini

Cell. [+39] 335 6951224 s.cerini@effecicomunicazione.it