bp reveló su estrategia para sus operaciones en EE.UU

La empresa anunció varias iniciativas para sus operaciones minoristas en la Convención y Exposición Comercial de la Asociación de Comercializadores de BP Amoco.

bp ha dado a conocer una serie de nuevas iniciativas para remodelar el futuro de su red minorista de carburantes y tiendas de conveniencia en Estados Unidos.

El anuncio se hizo durante la Convención y Exposición de Negocios de la Asociación de Comercializadores de BP Amoco (BPAMA por sus siglas en inglés), que se celebra cada dos años en Scottsdale, Arizona. En el escenario principal, los líderes de la compañía destacaron la continua expansión y los desarrollos tecnológicos liderados por la marca y sus comercializadores.

El evento celebró el 50 aniversario de la BPAMA y su larga relación con bp. Bajo el lema "Power of Us", la convención sirvió de plataforma para que bp presentara ofertas adicionales destinadas a transformar la experiencia del consumidor.

"Los consumidores están cambiando más rápido que nunca y estamos invirtiendo juntos en nuestro personal, productos y ofertas para seguir ofreciéndoles lo que quieren, cuando lo quieren y como lo quieren", declaró Greg Franks, Vicepresidente Senior de Movilidad y Conveniencia para América de bp.

Estas ofertas incluyen el lanzamiento de la nueva aplicación digital para consumidores, nueva tecnología para mejorar la experiencia minorista, campaña multicanal de combustibles, crecimiento de las operaciones de carga por pulsos de bp y enfoque en el compromiso de bp con una mayor diversidad, equidad e inclusión.

La presencia minorista de bp en EE.UU. abarca más de 8.000 establecimientos en 46 estados, entre ellos bp, ARCO/ampm, Amoco, Thorntons y TravelCenters of America.

Copyright © 2024. All rights reserved.