



Chevron incorpora Upside en su red de estaciones en California

Un total de 300 ubicaciones añadieron el servicio para atraer nuevos clientes aprovechando el alcance de la plataforma a través de su app.

Un total de 300 estaciones operadas por Chevron en California se han añadido a la plataforma de Upside. Esta incorporación ayudará a la empresa a captar clientes nuevos y poco frecuentes in situ aprovechando el alcance del servicio a 30 millones de usuarios que utilizan su aplicación móvil y las aplicaciones de sus socios.

Tras identificar a los clientes nuevos e infrecuentes basándose en su historial de gasto in situ, la aplicación cambia el comportamiento del cliente mediante su enfoque de generación y entrega de ofertas. Su motor de generación de ofertas mediante aprendizaje automático se ha desarrollado a partir de estudios de mercado y del análisis del comportamiento de los consumidores en cientos de millones de transacciones.

"El mercado digital de Upside ayuda a Chevron a llegar a los consumidores que hoy no compran con nosotros. La adición de nuestras estaciones nos ayudará a conocer a los consumidores digitalmente, donde cada vez más están haciendo compras", dijo Brennan Beatty, Gerente de Merchandising y Operaciones de Chevron.

Desde su lanzamiento en 2016, Upside ha crecido a más de 50.000 gasolineras, tiendas de conveniencia, tiendas de comestibles y restaurantes en todo el país. Solo el 30% de las estaciones de una zona determinada pueden participar en el programa, y más del 40% de todas las zonas ya están al límite de su capacidad y utilizan una lista de espera para nuevos miembros.