

Salesforce trae a Valencia sus Innovation Days, un encuentro de tecnología, innovación y sostenibilidad

La compañía mostrará el potencial de su plataforma Customer 360 en la transformación digital de las organizaciones.

El [próximo 28 de abril](#) la compañía de tecnología Salesforce presenta en Valencia las innovaciones que incorpora Customer 360, una plataforma que permite a las empresas crear experiencias digitales significativas con y para su comunidad de clientes.

Salesforce es la empresa que ha revolucionado el modo en que las organizaciones se relacionan con sus clientes. Gracias a sus soluciones de negocio en la nube, que incluyen, [entre otras](#), CRM, Marketing, eCommerce y Servicio [al cliente](#), las empresas pueden desarrollar estrategias centradas en sus clientes, unificando todos los datos de diferentes fuentes de información y facilitando la creación de experiencias únicas y personalizadas.

En una labor de acercamiento de sus soluciones a diversas geografías, la compañía aspira a convertirse en socio tecnológico de las empresas de la Comunidad Valenciana en sus procesos de transformación digital.

Con su ciclo [Innovation Days](#), Salesforce Iberia [acerca](#) la visión global de la compañía [a los distintos territorios de la geografía española](#). “Con esta serie de encuentros que iniciamos en Valencia, buscamos [acercarnos y adaptarnos a las particularidades de las empresas locales](#)”, señala Pablo Rodríguez Añino, Vicepresidente de Área de Ventas Corporativas de Salesforce.

El [próximo 28 de abril](#) y con la presentación de Silvia Tomás, directora de Levante TV, Pablo Rodríguez Añino y Laura Guzmán, Vicepresidenta de Área de Ventas Cloud de Salesforce, trasladarán la visión de la compañía y el alcance de Customer 360 a las compañías de la Comunidad Valenciana.

El [evento](#) contará, además, con el testimonio de clientes de referencia como Cecotec, Igenomix, Chovi, Suavinex y Vectalia, compañías locales todas ellas [que ya confían en Salesforce y cuentan con su tecnología](#), y han pasado a formar parte de un ecosistema que, según Laura Guzmán, es en sí mismo un activador económico y un generador de empleo.

“En los próximos cinco años vamos a ver cómo se crean más de 70.000 puestos de trabajo en España directamente relacionados con el ecosistema Salesforce. El impacto en la economía será de cerca de 20.000 millones de euros y por cada euro invertido en Salesforce, nuestro conjunto de *partners* recibirá cinco, convirtiéndonos así en multiplicadores y en activadores de las economías locales”, señala.

Hacia un mundo híbrido

Ambos representantes de Salesforce insisten en que el objetivo de la compañía es [generar impacto](#): en sus clientes, en sus empleados y en la sociedad. “El mundo está en constante cambio y vivimos en entornos híbridos en lo profesional y lo personal. La digitalización es crítica para la recuperación económica y representa la clave para el crecimiento de muchas empresas. Desde Salesforce trabajamos para convertirnos en asesores de confianza que apoyan a sus clientes para [acelerar su transformación digital](#)”, señala Rodríguez Añino.

Salesforce también insiste en su papel de apoyo a las empresas para cambiar la forma en que hacen negocios. “No se trata solo de mejorar sus resultados, sino también de contribuir

a hacer del mundo en el que vivimos un lugar mejor con una actividad empresarial responsable, que considere los efectos de sus acciones sobre las diferentes audiencias y públicos con los que actúa”, insiste Laura Guzmán.

En esa línea, Salesforce tiene claramente definidos sus valores y propósitos y aspira a compartirlos con su ecosistema de clientes, partners y empleados. Pablo Rodríguez Añino explica que “todas las relaciones dentro y fuera de la compañía se realizan a partir de la confianza y el compromiso con el éxito de nuestros clientes. [La innovación también está en nuestro código, así como la igualdad y la sostenibilidad](#). Creemos que las empresas son plataformas de transformación en esos tiempos que vivimos en los que es fundamental operar bajo un propósito”.

Customer 360 (despiece)

Customer 360 constituye la visión de Salesforce para ayudar a sus clientes en sus procesos de transformación digital. Se trata de una plataforma integrada que une el Marketing, las Ventas, el eCommerce y el Servicio [al Cliente](#) para ofrecer a las compañías una visión única y compartida de sus clientes. La plataforma [proporciona a los clientes las](#) experiencias personalizadas que los consumidores esperan de cada marca para construir relaciones duraderas y de confianza.

“Nos gusta pensar que estamos revolucionando el modo en que las empresas se relacionan con sus clientes. Gracias a nuestras [soluciones de negocio en la nube](#), las organizaciones pueden desarrollar estrategias centradas en sus clientes, unificar todos los datos de diferentes fuentes de información y [facilitar](#) la creación de experiencias únicas y personalizadas”, señala Pablo Rodríguez Añino.