

Nespresso anunță un nou Business Executive Officer în România și o nouă strategie de distribuție națională

17 May 2021 | de Andra Imbrea



[1]

Nespresso implementează o nouă strategie de distribuție în România, aliniată cu strategia globală a companiei, care presupune colaborarea cu Groupe SEB și De'Longhi, producători ai espressoarelor Nespresso, pentru distribuția acestora către partenerii din segmentul electro-retail. De asemenea, Divizia locală anunță și o schimbare importantă la nivel de management, **Ana-Maria Doxan preluând din această lună rolul de Business Executive Officer.**

„Parteneriatul cu Groupe SEB și De'Longhi este un pas firesc și necesar în dezvoltarea strategică a Diviziei Nespresso în România. Lăsând distribuția espressoarelor în seama partenerilor noștri de producție vom continua să ajungem tot mai aproape de iubitorii de cafea de specialitate din România dar ne vom putea concentra, de asemenea, și mai mult asupra experienței clienților noștri și, implicit, asupra extinderii propriei rețele de retail.” a declarat Ana Maria Doxan, noul Business Executive Officer al Diviziei Nespresso România.

Ana-Maria Doxan face parte din echipa Nestlé România din 2005, începându-și cariera în Divizia Beverages. De-a lungul anilor a condus echipe și proiecte de mare anvergură, parcursul său profesional vizând

atât zonele de business și strategie, cât și cele de comunicare și e-commerce. De la 1 mai 2021 a fost numită la conducerea Diviziei Nespresso România, iar din acest rol va supraveghea toate operațiunile Diviziei și va asigura dezvoltarea strategică și îndeplinirea angajamentelor de sustenabilitate, Nespresso fiind una dintre companiile producătoare de cafea care și-a luat angajamentul ca nu mai târziu de 2022 orice ceașcă de cafea Nespresso, atât din gama pentru acasă, cât și din gama profesională, să aibă o amprentă de carbon neutră.

Noul parteneriat vine ca umare a creșterii accelerate a businessului Nespresso în România, cu scopul de a lărgi și mai mult distribuția espressoarelor Nespresso. Operațională pe piața locală din 2015, Divizia Nespresso a Grupului Nestlé s-a dezvoltat semnificativ în fiecare an, având un model unic de business direct-to-consumer, prin care cafeaua Nespresso este pusă la dispoziția clienților doar prin rețeaua proprie de magazine, iar distribuția espressoarelor Nespresso este realizată atât în rețeaua proprie de magazine, cât și prin intermediul magazinelor partenere, în prezent Flanco, eMag și Carrefour.

Brandul are în prezent un magazin online, www.nespresso.com [2], 2 magazine-concept Nespresso Boutique – în Calea Dorobanți nr. 210 și în Băneasa Shopping City și 4 puncte de vânzare – în Afi Cotroceni, Mega Mall, Sun Plaza - în București și în Vivo! Mall - în Cluj. Anul acesta Divizia intenționează să transforme din această vară punctul de vânzare din Afi Cotroceni într-un magazin-concept, în aceeași zonă a mall-ului în care se află în prezent, dar și să analizeze extinderea rețelei sale de retail în alte orașe din țară.

Divizia Nespresso din România răspunde și nevoilor segmentului B2B, prin soluții profesionale pentru cafea la birou, precum și soluții profesionale destinate segmentului Premium HoReCa.

Cu sediul central în Lausanne, Elveția, Nestlé Nespresso SA este un simbol emblematic pentru industria cafelei de cea mai înaltă calitate. Pe plan local brandul este gestionat și reprezentat de Divizia Nespresso, parte a Grupului Nestlé.

Știri asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/stiri/nespresso-anunta-un-nou-business-executive-officer-romania-si-o-noua-strategie-de-distributie>

Legături

[1] https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/news/images/ana-maria_doxan.jpg

[2] <http://www.nespresso.com>