

MANGO

Mango potencia su negocio online con una nueva directora ejecutiva de Ecommerce y la apertura de 12 nuevos mercados



MANGO

- La compañía nombra a Marlies Hersbach, actual International Retail Director de Mango en Francia, como nueva directora ejecutiva del Ecommerce (reportando a Elena Carasso, directora de online y cliente) para seguir impulsando su canal online en los próximos años y contribuir a la consecución de los objetivos marcados en su Plan Estratégico 2024-2026
- Asimismo, Mango, pionera en Europa con el lanzamiento del e-commerce en el año 2000, continúa la expansión de su canal online con la entrada en 12 nuevos países, situados especialmente en el continente africano.
- Así, la compañía lleva su venta online por primera vez a países como Angola, Belice, Brunei, Gabón, Gambia, Guinea Ecuatorial, Honduras, Laos, Mongolia, Nueva Zelanda, Papúa Nueva Guinea y Togo, y logra una presencia internacional superior a los 120 mercados a nivel mundial.
- El negocio online de Mango consolidó su crecimiento en 2023 superando por primera vez los 1.000 millones de euros de facturación, lo que representa un 33% del total del grupo, un porcentaje muy superior a sus competidores en el mercado.

BARCELONA,

2 DE SEPTIEMBRE DE 2024

Mango, uno de los principales grupos de Europa de la industria de la moda, refuerza el crecimiento de su negocio online con la entrada en 12 nuevos mercados, situados especialmente en el continente africano. En concreto, la compañía ha comenzado a operar de forma online por primera vez en países como Angola, Belice, Brunei, Gabón, Gambia, Guinea Ecuatorial, Honduras, Laos, Mongolia, Nueva Zelanda, Papúa Nueva Guinea y Togo, y alcanza ya una presencia internacional superior a los 120 mercados en todo el mundo.

Según la directora de online y cliente de Mango, Elena Carasso, “la entrada de Mango en 12 nuevos países permite a la compañía reforzar su vocación internacional y llevar a nuevos mercados nuestra propuesta de valor y pasión por la moda. Desde los comienzos pioneros de nuestro canal online, nuestro propósito ha sido siempre llegar a todo el mundo con el objetivo de estar más cerca de nuestros clientes. Hoy, casi 25 años después de su lanzamiento, estamos presentes en más de 120 mercados de todo el mundo, con un canal de venta online disponible en 25 idiomas”.

Mango es una de las compañías europeas de la industria de la moda con una mayor penetración del canal digital en su negocio. Pionera desde sus orígenes, la compañía creó en 1996 su página web para dar a conocer la marca mundialmente y, posteriormente, en el año 2000, lanzó su e-commerce, diez años antes que sus competidores, siendo una de las primeras empresas de moda que abrió camino en el comercio online en Europa.

Durante el ejercicio 2023, el negocio online de Mango consolidó su crecimiento superando por primera vez los 1.000 millones de euros de facturación, lo que representa un 33% del total del grupo, un porcentaje muy superior a sus competidores en el mercado.

Marlies Hersbach, nueva Ecommerce Executive Director de Mango

Además de la expansión, Mango refuerza su canal online con el nombramiento de Marlies Hersbach como nueva directora ejecutiva de e-commerce. Con una sólida experiencia en el sector, la ejecutiva desarrollará, liderará y ejecutará la estrategia del negocio online de la compañía, reportando directamente a Elena Carasso, directora de online y cliente y miembro del comité de dirección.

MANGO

Hersbach, que comienza su nueva posición desde este mes de septiembre, ocupaba hasta ahora el cargo de International Retail Director de Mango en Francia de la compañía, supervisando la estrategia de tiendas para el mercado francés, posición que asume a partir de septiembre Yann Bayon, hasta ahora Regional Retail Manager del área en París.

El nombramiento de Marlies Hersbach está enmarcado dentro del Plan Estratégico 2024-2026 que la compañía presentó el pasado mes de marzo, y que prevé alcanzar en 2026 una facturación superior a los 4.000 millones de euros. Esta hoja de ruta proyecta un fuerte impulso de las ventas en el parque de tiendas, pero también en su canal online, un pilar estratégico para Mango. Para garantizar la creación de valor, será clave el desarrollo tecnológico, la gestión de datos y la inteligencia artificial y la excelencia operacional.

Marlies Hersbach se incorporó a Mango en 2022 tras una exitosa trayectoria en múltiples compañías del sector de la moda. Licenciada en Lengua y Cultura Francesas por la Universidad de Utrecht y especializada en comunicación Intercultural por la misma, Hersbach ha desarrollado gran parte de su carrera profesional en el sector de la moda en posiciones de ecommerce. Antes de desembarcar en Mango como International Retail Director de Francia, ocupó diferentes posiciones en el área de e-commerce en empresas como Kiabi y Pimkie.

Si desea obtener más información, póngase en contacto con:

Miki Herráz
+34 610 449 839
miguel.angel@mango.com

LLYC
Violant Flores y Mònica Acero
+34 646 514 671 / +34 615 075 981
vflores@llyc.global / macero@llyc.global

Mango, uno de los principales grupos de moda de Europa, es una compañía global con el diseño y la creatividad en el centro de su modelo y una estrategia basada en la innovación constante, la búsqueda de la sostenibilidad y un completo ecosistema de canales y partners. Fundada en Barcelona en 1984, la empresa finalizó 2023 con una facturación superior a los 3.100 millones de euros, con un 33% de negocio procedente del canal online y presencia en más de 120 mercados. Más información en mangofashiongroup.com.