

EQUIPAMIENTO

Nike sitúa a una mujer al frente de su ofensiva directa al consumidor

La multinacional de artículos deportivos ha aumentado las responsabilidades de Heidi O'Neill, que a la dirección de las tiendas de la marca sumará la del diseño de experiencias de los usuarios.

Palco23
5 dic 2018 - 09:45

Nike sitúa a una mujer al frente de su ofensiva directa al consumidor

Nike quiere dar más protagonismo a sus clientes, y el estreno de su nuevo *flagship store* en Nueva York es el mejor resumen de esa nueva estrategia de llegar directamente al consumidor. Su máxima responsable ha sido Heidi O'Neill, una veterana ejecutiva de la marca que ahora ampliará sus responsabilidades. A la dirección de las tiendas propias, físicas y online, ahora le incorporará el diseño de productos, servicios y experiencias para los miembros de su comunidad digital.

“Es una líder contrastada y exitosa en retail, comercio electrónico, gestión general y experiencia en gestión de marca”, ha argumentado Elliott Hill, presidente de la división de consumo y *marketplace*, y a quien reportará directamente O'Neill. La ejecutiva llegó a la multinacional de Beaverton en 1998 y, tras ocupar diversas posiciones, le llegó la oportunidad de dirigir toda la división de mujer y *fitness* durante siete años, hasta 2014.

Ahora, su misión será liderar la estrategia de la marca de artículos deportivos en “la próxima era transformadora y dirigida digitalmente”. En el ejercicio fiscal de 2017, las ventas directas al consumidor representaron prácticamente un tercio de toda la facturación del grupo a nivel global, además, con un ritmo de crecimiento muy superior al del resto de canales.

La multinacional de artículos deportivos cerró los tres primeros meses de su ejercicio fiscal, que va del 1 de junio de 2018 al 31 de agosto del mismo año, con una facturación de 9.948 millones de dólares (8.457,11 millones de euros), un 10% más. Su beneficio neto también creció a doble dígito, concretamente un 15%, hasta 1.092 millones de dólares (928 millones de euros). “La ofensiva directa al consumidor, combinada con nuestra innovación, nos está conduciendo a un gran momento y

equilibra el crecimiento de todo nuestro negocio”, ha comentado a los inversores el presidente y consejero delegado de Nike, Mark Parker.