Modaes

Cosmética

Coty refuerza su división de ecommerce con un ex Avon y Gilt

El gigante estadounidense de la cosmética ha fichado a Sean Foster como responsable del canal online para todas sus divisiones de negocio. Su misión será mejorar la experiencia omnicanal de los consumidores.

Modaes
11 abr 2017 - 18:31

Coty refuerza su división de ecommerce con un ex directivo de Avon y Gilt

Coty refuerza su ecommerce. El gigante estadounidense de la cosmética ha fichado a **Sean Foster**, ex directivo de **Avon**, como responsable del canal online de la compañía. Entre los nuevos retos de Foster figuran mejorar la experiencia omnicanal y, en un entorno competitivo, generar contenidos digitales que consigan aumentar las ventas.

El nuevo responsable de ecommerce se incorpora al grupo de cosmética tras ejercer como consejero delegado de **Crowdtap**, una empresa de marketing digital.

Anteriormente, **Sean Foster** fue presidente del portal de ecommerce de **Avon** y director de marketing en **Gilt**, propiedad de **Hudson's Bay**.

Este no es el primer cambio que realiza **Coty** en su cúpula en 2017. La compañía nombró en marzo a **Laurent Kleitman, una ex directiva de Unilever**, como nueva directora de cosmética, tras la salida de **Esi Eggleston Bracey** por "motivos personales".

Antes de fichar por Coty, Sean Foster fue presidente de la plataforma online de Avon

1/2

<https://www.modaes.com/cosmetica/coty-refuerza-su-division-de-ecommerce-con-un-ex-directivo-de-avon-y-gilt>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

El grupo estadounidense ha engordado su cartera a base de adquisiciones en los últimos meses. En febrero de este año, **Coty compró el 60% de la plataforma online Yunique**, con una cifra de negocio cercana a los 600 millones de dólares. La anterior gran operación corporativa del gigante fue la compra de 43 marcas de cosmética a **Procter&Gamble (P&G)** por 12.500 millones de dólares.

El grupo estadounidense de cosmética elevó su cifra de negocio un 45% en el primer semestre, concluido el 31 de diciembre de 2016, con respecto al mismo periodo del ejercicio anterior, hasta 3.376,9 millones de dólares. No obstante, si se consideran las ventas resultantes de la suma de **Coty** y el negocio de belleza de **P&G** en este mismo periodo, la caída de la facturación fue del 4%.

El beneficio del grupo cayó un 78%, hasta 46,8 millones de dólares. También en este apartado, si se combinan las ganancias de **Coty** y **P&G**, la caída del beneficio fue del 23%, hasta 301,6 millones de dólares.