Modaes

Empresa

Lululemon refuerza su identidad con la primera directora global de marca

Nikki Neuburger se ha incorporado a la compañía canadiense de equipamiento y moda deportiva después de trabajar durante los dos últimos años como directora de márketing global para Uber Eats y otros quince como vicepresidenta global de Nike *running*.

Modaes
9 ene 2020 - 10:30

Lululemon crea un nuevo cargo. La compañía canadiense de equipamiento y moda deportiva **ha incorporado a Nikki Neuburger como directora de marca global**. Su fichaje se hará efectivo el 20 de enero y se encargará de liderar el departamento de creatividad, márketing, comunicaciones y sostenibilidad.

Neugurger reportará directamente ante Calvin McDonald, consejero delegado de la compañía, y llega con el objetivo de dar un paso más allá en el reconocimiento de la marca a escala global. El movimiento se produce meses después de que Lululemon

https://www.modaes.com/empresa/lululemon-refuerza-su-identidad-con-la-primera-directora-global-de-marca

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.

anunciase su plan estratégico centrado en la expansión internacional, el crecimiento de su negocio digital y la ampliación de su oferta con nuevas líneas de deporte especializado y moda masculina.

"Nikki es una lideresa en materia de márketing e innovación que ha demostrado poder construir y acelerar marcas globales en tiempo récord, lo que la convierte en la persona ideal para ser nuestra directora de marcas", ha afirmado McDoland. "Sus años de experiencia en la industria del retail, unido a su amplia experiencia en márketing digital, preferencias de los consumidores y creatividad de marca serán fundamentales para continuar aprovechando nuestro momento y desarrollar nuestro plan estratégico", ha añadido.

Neuburger, graduada en Ciencias de Administración de Negocio por la Universidad de Oregon State, comenzó su andadura deportiva como capitana del equipo de voleibol de su universidad, en la División I de la Ncaa. **En 2004, tras finalizar su carrera académica dio el salto a Nike, donde comenzó como becaria.**

Neuburger comenzó como becaria en Nike y ascendió hasta directora global de márketing de marcas en *running*

En la marca del *Swoosh* ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. En los quince años que pasó en la compañía de Oregón ascendió desde el puesto de becaria hasta especialista en márketing para diferentes divisiones de Nike. En su última etapa en la empresa, entre 2012 y 2016, ejerció como directora global de márketing de marcas para *running* y como videpresidenta global de márketing de marcas.

De Nike dio el salto a Uber, donde ha trabajado los dos últimos años como directora global de márketing. En la empresa de transporte trabajó para el departamento de Uber Eats, donde se encargó de impulsar su desarrollo a escala internacional y desarrollar la estrategia de producto, así como su implantación en diferentes países.

Este no es el primer cambio que realiza la compañía en su cúpula directiva. A principios de diciembre anunció la salida de su director de operaciones y responsable del área internacional, Stuart Haselden, quien se incorporó a la empresa de artículos para viajeros Away. Por otro lado, la directora de tecnología, Julie Averill, y el

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.

director de cadena de suministro, Ted Dagnese, han ascendido al equipo de directivos seniors.

A falta de conocer los resultados del ejercicio fiscal de 2019, **Lululemon cerró el tercer trimestre del año con unas ventas de 2.582 millones de dólares** (2.327 millones de euros), un 20% más interanual. El beneficio neto en este período se situó en 347,6 millones de dólares (313,2 millones de euros).

https://www.modaes.com/empresa/lululemon-refuerza-su-identidad-con-la-primera-directora-global-de-marca

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.