

Equipamiento

T-Cuento crea una división comercial internacional para hacer frente a su expansión

Modaes
30 jun 2014 - 13:26

T-Cuento se reorganiza para sacar adelante su plan de internacionalización. La compañía tecnológica, especializada en el desarrollo de herramientas de medición y análisis de tráfico peatonal para el sector del retail, ha creado una división internacional dentro de su departamento comercial para hacer frente a su proceso de expansión.

La empresa ha puesto a **Guillaume Jonart** al frente de esta nueva división, que se encargará de consolidar la marca y los productos de **T-Cuento** en los países en los que la compañía tiene presencia y analizará la entrada en nuevos mercados.

Además, la filial francesa de **T-Cuento** ha ampliado sus oficinas para incluir un departamento propio de atención al cliente para dar servicio a las compañías locales.

Fundada en 2007, **T-Cuento** tiene una cartera de clientes en la que figuran marcas de moda como **Diesel**, **Miss Sixty**, **Prénatal**, **Nice Things**, **Punto Blanco**, **Munich**, **Folli Follie**, **Superdry** o **Antony Morato**.

Dirigida por **Álvaro Angulo**, **T-Cuento** se fusionó en 2010 con el grupo **Abantia** y en 2011 inició su proceso de expansión internacional con el desembarco en Francia. Actualmente, la compañía cuenta con presencia en más de una decena de países de cuatro continentes.