

Construir el negocio detrás de la marca.

Veinte años haciendo crecer marcas de consumo en Europa y Latinoamérica, en Campari, illycaffè, Ferrero y Beiersdorf. Trabajo en lo que está debajo del P&L: precios, distribuidores, canales, inventarios y las decisiones de mercado que determinan si el crecimiento escala.

hello@manulorenzo.com manulorenzo.com linkedin.com/in/mrmanulorenzo

CÓMO AYUDO

Entrar en nuevos mercados

Qué mercados primero, distribuidor o filial propia, elección de distribuidores, contratos y planes de negocio conjuntos.

Marcas que necesitan un impulso

Reposicionamiento, lanzamientos, construcción de categoría e innovación.

Sacar más de los mercados actuales

Precios entre países, portafolio y SKUs, inversión comercial, sell-in frente a sell-out, desempeño del distribuidor.

Cambiar el modelo

Recuperar un mercado que estaba en manos de un distribuidor, reorganizar el equipo comercial, definir quién decide qué.

EXPERIENCIA

Campari Group — Francia

Country Manager
2013–2021

Convertir a Aperol en el aperitivo número uno de Francia.

El mercado más estratégico de Campari International. En 2013 el afterwork francés era de mojitos y pastis, y las muestras no funcionaban: la gente esperaba algo dulce y encontraba amargor. No era un problema de notoriedad sino de adopción, así que servimos Aperol Spritz completos y el ritual creció desde un pequeño grupo de trendsetters de París.

Lancé Riccadonna, llevé Grand Marnier de la cocina a la barra y preparé el caso para pasar de un distribuidor a Campari France, una filial propia. El consejo aprobó la adquisición.

illycaffè — Europa y Latinoamérica

Regional Director

Más de 50 mercados, todos a través de distribuidores.

Los socios iban desde emprendedores hasta grandes empresas consolidadas, y la promesa de calidad de la marca, el precio de venta al público y el posicionamiento tenían que sostenerse en todos ellos. Lideré el desempeño de los distribuidores y los planes de negocio conjuntos, puse en marcha un marco regional de precios y rediseñé la ruta al mercado en los países nórdicos, los Balcanes y Asia Central. En Letonia las ventas se multiplicaron por más de cinco; en Grecia el canal moderno volvió a crecer.

Campari — México y Centroamérica

Group Brand Manager, 2009–2013

Sky Vodka y el portafolio de licores: planes de marca, medios e innovación en toda la región.

Ferrero — México

Brand Manager

Relanzamiento de Tic Tac con un nuevo posicionamiento y una cartera de innovación; plan de marketing nacional.

Beiersdorf (NIVEA) — Latinoamérica

Brand Assistant

Proyectos de empaque y lanzamientos para toda la región, desde la Ciudad de México.

CÓMO TRABAJAMOS

Revisión puntual

Días o semanas

Una mirada a fondo a una sola pregunta: un mercado, un precio, un distribuidor.

Proyecto definido

Semanas o meses

Un objetivo claro, un inicio y un final, y algo concreto sobre lo que actuar.

Acompañamiento

Meses

Liderar la parte comercial durante un tiempo, o sacar adelante un cambio en un mercado.

FORMACIÓN

MBA, Luxury Brand Management — ISML, París
MBA, Finanzas y Marketing — Tec de Monterrey
Licenciatura en Mercadotecnia Internacional — Tec de Monterrey, HEC Montréal, Solvay

IDIOMAS Y LUGARES

Español, inglés, francés, italiano, griego.
Ha vivido y trabajado en la Ciudad de México, Guadalajara, Canadá, Bélgica, Grecia, París, Milán y Trieste. Hoy vive entre París y Trieste.