



*Pressmeddelande*

*London, 30 November 2016*

## **Ny VD med utbredd nätverk leder expansionen av Nepa i Storbritannien**

Lindsay Parry (f.d. Cowan) tillträdde idag den 30 november 2016 som VD för Nepa UK i London. Lindsay har stor erfarenhet och ett brett internationellt nätverk sedan mer än 20 år i ledande positioner, bland annat som chef för Retail på Ipsos, globalt ansvarig för Shopper Insights på TNS/Research International samt kundansvarig för största kunden Tesco på dataanalysföretaget dunnhumby.

- *Nepa har ett unikt och globalt beprövat produktkoncept i ActionHub®. Det är dags att vi berättar om det och låter hela den brittiska marknaden ta del av vårt erbjudande – att kombinera och analysera affärsdata och kundfeedback för att synliggöra dolda affärsmöjligheter. Nepa vill växa fort och vi är övertygade om att Lindsay är rätt person att hjälpa oss uppnå våra tillväxtnål, säger Hans Skruvfors, Marknadsansvarig för Nepa i Europa och Asien.*
- *Med utgångspunkt i Nepas ActionHub® och i en roll som ansvarig för utveckling av strategi kring och försäljning av ActionHub® på Nepa UK, har Lindsay gett oss prov på vilken effekt vårt erbjudande kan ha på den brittiska marknaden. Lindsays omfattande nätverk efter mer än 20 år i branschen, främst inom konsumentvaror och detaljhandel, i kombination med hennes innovativa förhållningssätt och ständiga sökande efter tillväxt, är egenskaper som vi värdesätter högt, fortsätter Hans.*

## En av de tydligaste företagstrenderna

Att kunna ha en helt och hållet kundorienterad affärsutveckling är en av de starkaste globala trenderna inom företagsvärlden. Kundens röst är en daglig källa till information som påverkar hur företagen utvecklar strategier, nya produkter och sortiment, deras försäljningskanaler, hela butikskoncept och även hur de rullar ut marknadsföringskampanjer. Men att samla mängder av data från kunders tyckande och beteende är meningslöst om informationen inte tolkas, analyseras och tydliggörs, så att den kan komma till nytta och ageras efter på många nivåer i en organisation.

En av de mest efterfrågade insikterna handlar om människors köpbeteende. I det enorma utbud av köpmöjligheter som finns idag så förändras köpbeteendet ofta och med kort varsel. Det är en direkt följd av den snabba och globala digitaliseringen. Att förstå alla nya köpvägar och tillhörande incitament för att kunna öka penetrationen, är något som återförsäljare och konsumentvaruföretag ständigt kämpar med.

- *En prioriterad uppgift för mig är att hjälpa företag i återförsäljarleden och konsumentvaruföretag att förstå de bakomliggande orsakerna till konsumenternas ständigt växlande köpbeteende. Vad är det som påverkar och slutligen leder till köp i vår digitala värld? Och var ska företagen prioritera sina investeringar? Med utgångspunkt i ActionHub® kan vi på Nepa koppla ihop alla nya kundinsikter med företagets egna KPI:er och därigenom visa på nya tillväxtpöjligheter, säger Lindsay Cowan, ny VD på Nepa UK.*