

eMAG intra într-o noua etapa de dezvoltare cu investiții de 3,2 miliarde lei în următorii trei ani și o evoluție a echipei executive

eMAG intra într-o noua etapa de dezvoltare cu investiții de peste 3,2 miliarde de lei în următorii trei ani pentru a susține dezvoltarea accelerată a comerțului online și anunța o evoluție a echipei executive, care va conduce extinderea companiei la nivel regional. Astfel, Tudor Manea preia rolul de CEO de la Iulian Stanciu, care devine Președinte Executiv eMAG.

La rândul său, Iulian Stanciu va fi în continuare implicat în conturarea strategiei de dezvoltare, în analiza, prioritizarea și aprobarea investițiilor și bugetelor, alături de noul CEO.

„Sunt onorat să conduc eMAG în această nouă etapă în care vom folosi experiența și know-how-ul celor aproape 20 de ani de comerț online pentru a le oferi o experiență bună clienților, dar și pentru a ajuta la dezvoltarea mediului antreprenorial. Investițiile pe care le vom face în următorii trei ani ne vor ajuta să le oferim clienților noștri o gamă mai mare de produse și prețuri mai bune, viteza la livrare, dar și o simplificare a procesului de plată. Ne propunem, de asemenea, ca prin infrastructura pe care o construim, să ajutăm antreprenorii locali să facă tranziția în online mai ușor, transferând din experiența dobândită de noi”, a declarat **Tudor Manea, CEO eMAG.**

„Credem că avem în față foarte multe oportunități, odată cu dezvoltarea economiei digitale. În acest sens, vom accelera foarte mult investițiile în transformarea eMAG într-un ecosistem regional de tehnologie și comerț. Din cele 3,2 miliarde de lei pe care îi vom investi în următorii trei ani, 785 de milioane de lei se vor duce către dezvoltare internațională, 447 de milioane de lei către dezvoltarea de tehnologie românească, 251 de milioane de lei vor merge către dezvoltarea antreprenorialului digital prin intermediul platformei Marketplace, 990 de milioane de lei în dezvoltarea serviciilor logistice și 740 de milioane de lei în investiții în alte companii. Aș vrea să îl felicit pe Tudor pentru noul rol, pentru contribuția avută până acum la dezvoltarea eMAG și pentru evoluția personală. Cred că este un exemplu pentru oricine că prin muncă și educație poți ajunge oriunde. Împreună vom lucra la dezvoltarea serviciilor oferite clienților, dar și la extinderea internațională a zecilor de mii de antreprenori români din platforma eMAG Marketplace”, a declarat **Iulian Stanciu, Președinte Executiv eMAG.**

O nouă etapă de investiții

În următorii trei ani, grupul eMAG își va consolida prezența în regiune prin investiții care se ridică la 785 de milioane de lei. În Ungaria, unde compania a fuzionat cu Extreme Digital în urma cu doi ani, ținta este de a atinge vânzări de un miliard de euro în următorii cinci ani. În Bulgaria, eMAG va continua extinderea prezenței fizice, după ce anul trecut a inaugurat primul showroom la Sofia, și se va concentra pe dezvoltarea și îmbunătățirea serviciilor sale, în beneficiul clienților.

De asemenea, un buget de 447 de milioane de lei va fi alocat pentru dezvoltarea de tehnologie românească pe care să o exporte în toate țările unde este eMAG prezentă și de care să beneficieze și ceilalți antreprenori din ecosistemul eMAG. Compania investește în dezvoltarea echipei de tehnologie, care în prezent numără peste 700 de oameni, iar anul acesta urmează să fie extinsă cu alți 100. Tehnologiile dezvoltate de către IT-iștii eMAG integrează inteligența artificială, cu scopul îmbunătățirii experienței de cumpărare, începând din depozit, unde ajută la optimizarea rutei de colectare a produselor comandate și astfel la un timp de livrare foarte bun, până la căutarea pe site-ul și aplicația mobilă eMAG, astfel încât clienții pot să identifice cât mai simplu și rapid produsele dorite.

La rândul său, eMAG Marketplace, un pilon important în creșterea companiei, care este estimat să ajungă la 45.000 de selleri români în trei ani, de la 25.000 câți sunt acum pe platforma, va beneficia de o infuzie de capital

de 251 de milioane de lei. În 2020, volumul vânzarilor realizate de către sellerii români din eMAG Marketplace a crescut cu peste 90% față de 2019, ajungând la 25 milioane de produse.

Pentru a putea susține o gamă mare de produse și a crește viteza de livrare, pe fondul creșterii accelerate a comerțului online, compania va continua investițiile în logistica pentru infrastructura digitală: noul hub logistic de la Joița va deveni complet operațional în septembrie 2022, iar rețeaua easybox va fi dublată în următoarea perioadă pentru a face livrarea mai ușoară, predictibilă și rapidă. În total, investițiile în logistica se ridică la 990 de milioane de lei în următorii trei ani.

eMAG este o companie care încurajează permanent dezvoltarea și îmbunătățirea de competențe profesionale prin programe de dezvoltare, iar pentru aceasta are în vedere un buget de 45 milioane de lei în următorii trei ani. Acest buget este dedicat unor programe de învățare accelerată cum ar fi Upgrade, un program de dezvoltare în carieră și de creștere a competențelor în digital marketing, tehnologie, analiza de business și de procese sau programele de management în parteneriat cu universități de prestigiu, precum Harvard, Yale sau Stanford. Totodată, compania continuă programul Future 25 prin intermediul căruia tinerii talentați sunt selectați pentru a se antrena să devină lideri în e-commerce. Anual, angajații eMAG beneficiază de peste 45.000 de ore de învățare și training.

eMAG își propune să fie un partener pentru dezvoltare accelerată a antreprenorilor români, iar în acest sens are în plan investiții ce însumează 740 de milioane de lei atât în companii deja cunoscute, unde este deja investitor, cât și în alte companii noi de tehnologie care aduc inovații în produse și servicii pentru clienți, pe care le urmărește prin intermediul programului de investiții eMAG Ventures. Dintre companiile unde eMAG a investit, Tazz by eMAG a cunoscut o evoluție extrem de rapidă în nici doi ani de la investiție, transformându-se de la o companie de livrare de mâncare la una de livrare rapidă pentru aproape orice. La rândul său, Sameday, o altă companie cu o evoluție rapidă unde eMAG a investit, se pregătește pentru extinderea internațională, într-o primă fază în Ungaria, apoi și în alte țări din regiune.

Bio Tudor Manea

De 16 ani alături de eMAG, Tudor Manea, 37 de ani, a ocupat în ultimii șase ani poziția de director general al companiei și a avut o contribuție esențială în evoluția business-ului și a echipei, fiind cel care a pus bazele departamentului de tehnologie și a contribuit la extinderea internațională a companiei. Tudor a fost angajatul cu numărul 23 în eMAG și a crescut și evoluat odată cu compania. Când s-a alăturat companiei, echipa avea puțin peste 20 de oameni și, deși rolul lui era în echipa IT, seara în drum spre casa livra, ca și ceilalți colegi, colete clienților. Născut în București, Tudor a fost pasionat de matematică și s-a specializat în IT după absolvirea Facultății de Electronica din cadrul Universității Politehnica București. Ulterior, el și-a continuat educația în eMAG cu un EMBA de la Maastricht School of Management și mai multe programe executive la Stanford University, SUA.