

Elodie Retailleau lidera la expansión regional de **Meliá** como nueva Leisure Sales America Senior Director

Retailleau asume la responsabilidad sobre las ventas y tuoperación en Meliá Hotels International. El impulso de la firma en Latinoamérica es prioridad.

Elodie Retailleau es la nueva Leisure Sales America Senior Director de Meliá Hotels International, función en la que estará encargada de las ventas de ocio y tuoperación, entre otras tareas.

Los inicios de Retailleau en la firma se remontan a 2018, cuando le fueron encargados el marketing digital y la distribución e-commerce de los mercados y hoteles de la firma en América.

La ejecutiva se encontraba ocupando los puestos de E-commerce Sales America Director y Sales Partner para la República

Dominicana, cargos que le reportarán a partir de su nueva función con vistas a lograr una "distribución alineada".

Los ejes que guiarán la nueva labor de Retailleau en Meliá

Como parte de sus tareas, Retailleau detalló que buscará "elevar la posición de Meliá en Latinoamérica tanto en el segmento B2B como B2C, logrando un crecimiento de nuestro share", para luego citar mercados como Brasil, Argentina, Colombia y Chile como "estratégicos".

Retailleau afrontará el desafío de "impulsar y posicionar la marca Paradisus en Estados Unidos y Latinoamérica, para lo que debemos invertir, continuar formando a los agentes de viajes y comunicando más sobre los hoteles que forman parte".

Asimismo, remarcó que, como parte de la consolidación de Meliá en la región, buscarán introducir nuevas marcas en la Latinoamérica.

"Además de buscar introducir nuevas marcas de Meliá en diversos mercados de Latinoamé-

rica, debemos consolidar las que ya cuentan con presencia", señaló Retailleau, para añadir: "Lo lograremos con una visión transversal, tanto para el B2C como el B2B y B2B2C".

Acciones de Meliá para consolidarse en el mercado latinoamericano

Meliá ha puesto foco en diversos mercados de Latinoamérica, con recientes aperturas y una gran impronta de expansión, que incluye próximos hoteles en Argentina, México y República Dominicana. (Meliá Hotels International: nuevos hoteles y grandes planes de expansión en Latinoamérica.)

"Intentaremos invertir cada vez más en Latinoamérica e incrementar mercados. Por ejemplo, es el caso de Argentina, donde ya contamos con presencia, pero la idea de Meliá es continuar apostando, tanto para llevar clientes argentinos a nuestros hoteles del Caribe como para poder crecer como empresa hotelera dentro del país", enfatizó Retailleau.



Elodie Retailleau.

En este sentido, Retailleau señaló que Argentina se posiciona como el tercer mercado de hotelería de Meliá en Punta Cana. (Argentina se consolida como principal mercado emisor de Latinoamérica hacia República Dominicana.)

Por ello, la firma estudia la posibilidad de implementar métodos de pago adaptados a las particularidades del mercado.

Además, Retailleau destacó que otra de las claves para expandirse en el mercado latinoamericano son las alianzas estratégicas con partners, que le permitirán a la firma una mayor inserción y alcance.