

An aerial photograph of a dense evergreen forest, likely a spruce or fir forest, with a dark, moody color palette. The trees are tightly packed, creating a textured canopy. In the center of the image, the words "Planeo" and "saber" are written in a white, elegant script font. "Planeo" is on the top line, and "saber" is on the bottom line, underlined with a white stroke.

Planeo
saber



*Planeo
saber*

Investigación y estrategia con impacto

Enfoca tus esfuerzos con el respaldo de datos
confiables



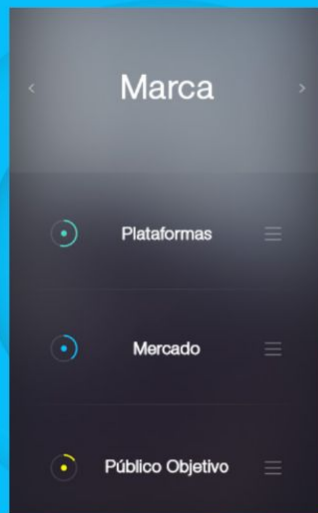
INVESTIGACIÓN

Cuanti



INVESTIGACIÓN

Cuali



Insights para Marketing & Comunicación

Marca, mercado, público objetivo y plataformas

Estrategia

De posicionamiento, marca y en campañas digitales
orgánicas o paid

Planeo
saber

Insights para Recursos Humanos & Comunicación

Marca empleadora, people analytics y comunicación interna



Marca empleadora

10
am



People analytics

6
am



Comunicación interna

9
am



*Planeo
saber*

Planificaciones estratégicas exitosas

¿Qué vas a ver en esta presentación?

¡Hola!



Esta presentación reúne una selección de proyectos desarrollados para distintas marcas, industrias y contextos, todos pensados y medidos por Q.

Este encuadre temporal permite definir objetivos más claros en el corto plazo, evaluar avances reales e incorporar aprendizajes de forma iterativa y sostenible, conectando estrategia, ejecución y resultados. En cada caso se observa una estructura que se repite de manera consistente en todos los clientes, ponderando:

- Objetivo estratégico: objetivo de negocio y foco de intervención
 - Highlights de negocio: los principales aportes estratégicos desarrollados durante el período.
 - KPI: indicadores utilizados para medir desempeño, evolución de resultados e impacto.
-

EFE:

Lenovo

 **veritrans**

 **Santander**
Consumer

Getnet 

 **personal pay**

SUPERVIELLE

SEGUROS
SUPERVIELLE 

Grupo
San Cristóbal

Humano
Seguros

YPF

raízen

Adecco

The
House
Project

IA **IMAGE ART.studio**

 **SWISS**
MEDICAL

Biohelper^o


Unilever

 **TOPPER**

GOOD YEAR

grido

ABUELO
JULIO
CLASSIC ARGENTINA
MADE IN ARGENTINA

GRUPO 

MATTE[®]

Lenovo

Agencia cliente: [MASHIN](#)

Periodo: Q3 2020

Región: Argentina, Uruguay, Ecuador y Caribe (con adaptaciones desde global)

Medio: Instagram y Facebook

Objetivo estratégico: mantener una feedback eficiente y fluido con el equipo técnico, el logístico y el de marketing, para que el contenido cumpla con todos los requerimientos.

Highlights de negocio: seguir los movimientos logísticos y llegada de los equipos según retailer/país para promocionar equipos en stock y valorizar los reintegros con INTEL, AMD, Windows, McAfee y Dropbox. Visibilizar los servicios de Lenovo, así como su desarrollo gaming. Alimentar a la agencia de medios, para actualizar los contenidos de pauta.

KPI: planificaciones mensuales de contenido, aprobadas en tiempo y forma para todas las regiones.



McAfee

Protege todos tus dispositivos con McAfee LiveSafe.



Dropbox

TENEMOS MÁS ESPACIO PARA VOS. 50GB de espacio 100% gratis.



No importa si es para tu hogar o empresa. Microsoft tiene lo que necesitas.



Grupo San Cristóbal

Agencia: **TBWA \ BA**

Periodo: 4Q 2022 - Q1 y Q2 2023

Región: Argentina y Uruguay

Medio: 360

Objetivo estratégico: acompañar el proceso de rebranding y desarrollo creativo para una plataforma de posicionamiento que permita modernizar la marca, construir confianza y habilitar la comunicación de productos más allá del seguro obligatorio, como base para una estrategia de diversificación y cross selling de largo plazo.

Highlights de negocio: bajada del nuevo manual de marca a todas las aplicaciones de comunicación, trabajando de forma integrada con dirección creativa, account y el equipo de comunicación del cliente.

KPI: implementación consistente del nuevo posicionamiento en campañas 360° y utilización de la plataforma como eje común para la comunicación de múltiples líneas de negocio.



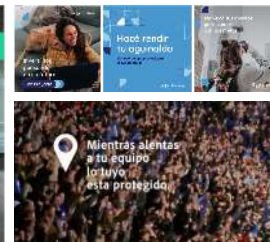
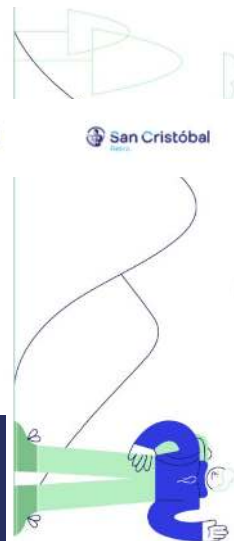
lúnigo



Seguros

Finanzas

Servicios





Agencia: [TBWA \ BA](#) + [DDB \ LONDON](#)

Periodo: 4Q 2022 - Q1 y Q2 2023

Región: Argentina y Global

Medio: 360

Objetivo estratégico: acompañar el desarrollo, validación y producción de una campaña regional para Sedal/Sunsilk, asegurando que la idea creativa cumpla con los estándares globales de Unilever y supere los procesos de aprobación mediante investigación cuantitativa y cualitativa.

Highlights de negocio: desarrollo progresivo de piezas creativas (KV, vía pública y TVC) adaptadas a los requerimientos de testeo de Kantar, trabajando animatics de alta fidelidad para reflejar guión, beneficio de producto y presencia de la celebrity. Participación en procesos de investigación cuantitativa y focus groups para optimizar el insight ("disciplina para el frizz"). Adaptación del comercial a formatos digitales y gestión estratégica de derechos musicales.

KPI: aprobaciones de investigación y validaciones creativas que habilitaron la producción del TVC y su despliegue en medios y plataformas digitales.





Periodo: 01 2022

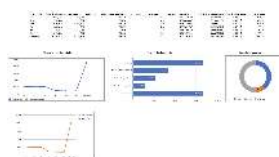
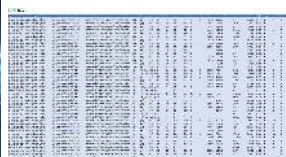
Región: Argentina y Uruguay

Medio: Instagram, Facebook y YouTube

Objetivo estratégico: optimizar el desempeño del ecosistema digital de Goodyear en Instagram y Facebook, mediante un seguimiento integral del embudo de campañas y la generación de insights accionables que permitan maximizar inversión, conversión y eficiencia, alineando los resultados locales con los estándares de headquarters en USA.

Highlights de negocio: desarrollo de reportes mensuales exhaustivos de performance orgánica y paga, consolidando data de Meta en modelos acumulados para analizar evolución por campaña, inversión y retorno. Implementación de A/B tests, análisis de share of investment y optimización continua de ubicaciones, audiencias e intereses. Ejecución de acciones específicas orientadas a públicos estratégicos.

KPI: mejora sostenida en métricas, eficiencia del embudo y superación de benchmarks regionales en resultados de negocio a mercados como Brasil.

[illegible]



Agencia cliente: **KAHLO**

Periodo: 2Q 2023 - 4Q 2024 - 2Q 2025

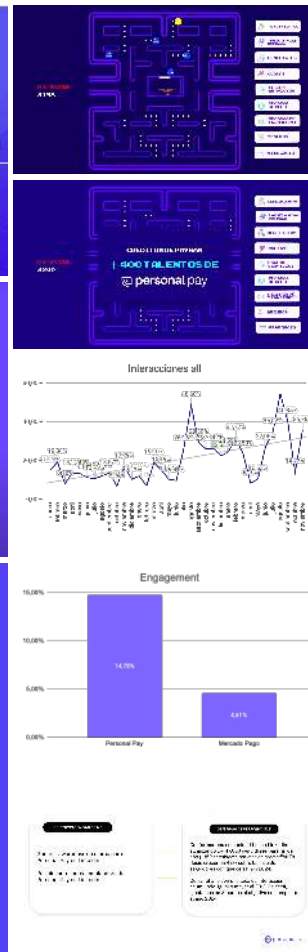
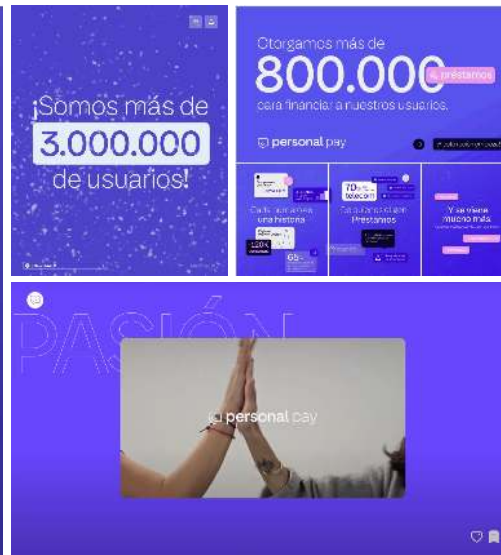
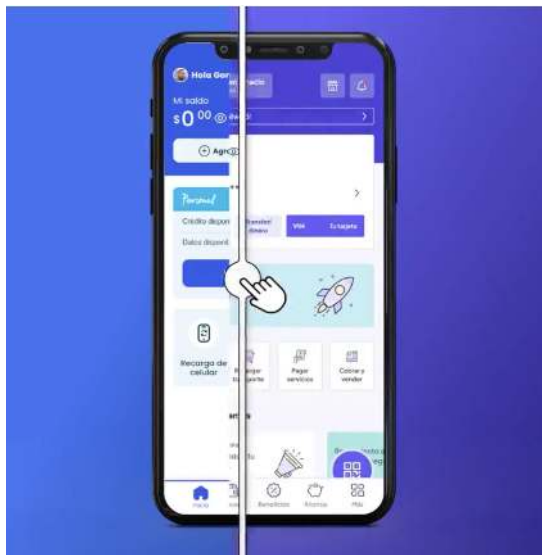
Región: Argentina

Medio: LinkedIn

Objetivo estratégico: fortalecer la marca empleadora de Personal Pay para atraer y retener talento con perfil fintech y tecnológico, alineando cultura, contenido y resultados en un contexto de crecimiento acelerado del negocio.

Highlights de negocio: análisis de métricas y performance de contenido para detectar insights que permitieran potenciar la creatividad con foco en resultados. Desarrollo de una estrategia de employer branding con tono joven, tech y fintech, acompañando hitos clave del negocio y activando embajadores internos. Trabajo conjunto con equipos de negocio y HR para reforzar cultura, educación financiera y contenidos tecnológicos, explorando territorios de posicionamiento como mascotas para ampliar alcance y engagement.

KPI: liderazgo sostenido en métricas de engagement frente a competidores del mercado y crecimiento del alcance orgánico impulsado por embajadores internos.





Agencia: [KAHLO](#)

Periodo: 2Q 2023 - 4Q 2024

Región: Argentina

Medio: LinkedIn

Objetivo estratégico: ordenar la estrategia de contenidos de Getnet en un contexto de complejidad cultural y de negocio, aportando claridad sobre métricas, objetivos y foco comunicacional en una industria de medios de pago en pleno crecimiento.

Highlights de negocio: capacitación al cliente en lectura de métricas, medición de resultados y definición de objetivos para reducir la incertidumbre y el retrabajo. Investigación profunda de la industria de medios de pago, su entramado técnico y competitivo, para traducir hitos de negocio y desarrollo de producto en comunicaciones claras y consistentes.

KPI: mejora en la coherencia de los contenidos, mayor alineación entre pedidos y objetivos de negocio, y utilización de métricas como base para la toma de decisiones comunicacionales.



¡Un notición para la industria de medios de pago y los comerciantes!

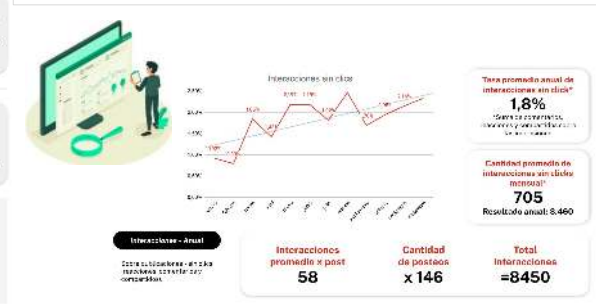
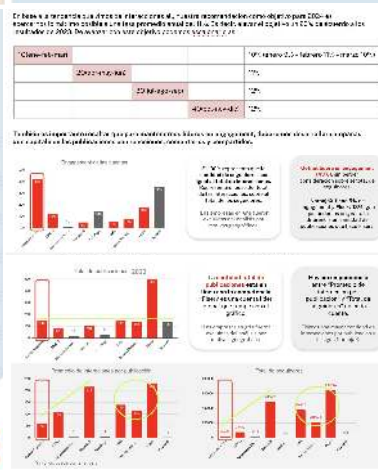


"Esta medida impactará positivamente a los comercios, al promover la formalización de las transacciones, reducir el costo financiero para el cliente y favorecer la utilización de cualquier medio de pago electrónico. Contribuye a la inclusión financiera"

Leo Salovich, CEO de Getnet.



El QR de Getnet es interoperable





Periodo: 4Q 2024 - 4Q 2025

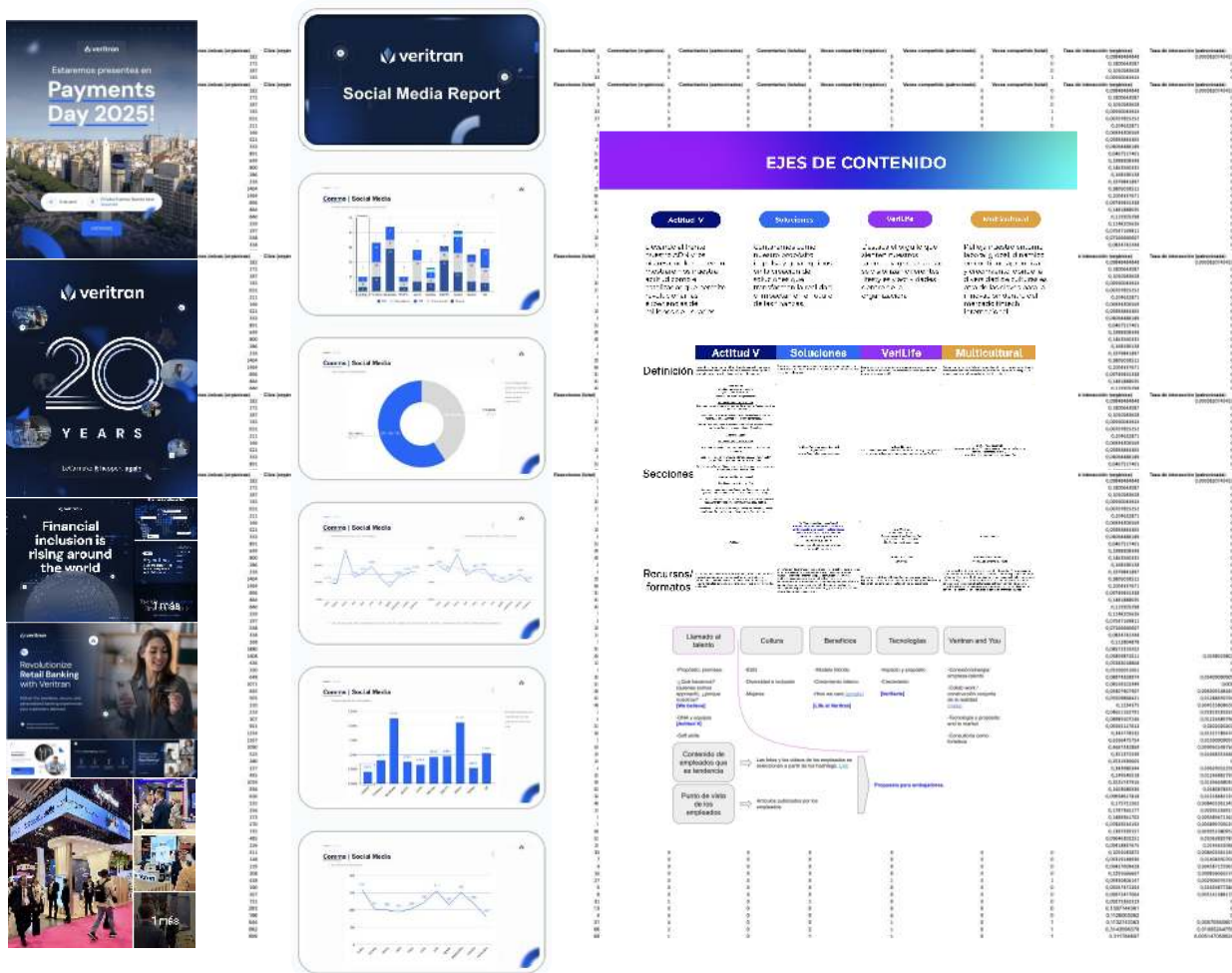
Región: Global

Medio: Instagram y LinkedIn

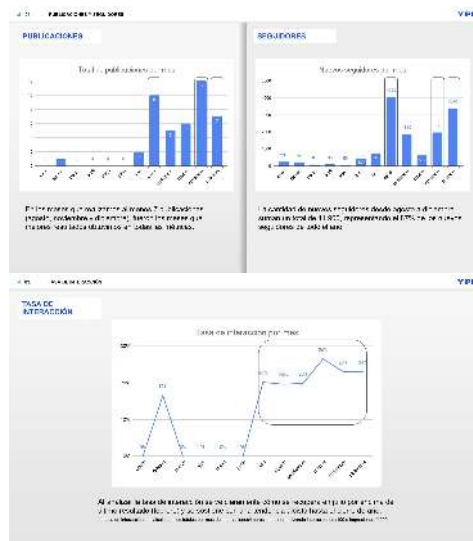
Objetivo estratégico: analizar datos, brindar inteligencia competitiva y consultoría estratégica continua para orientar decisiones comerciales y de comunicación de Veritrans en la categoría fintech a nivel global.

Highlights de negocio: seguimiento permanente de competidores mediante análisis cuantitativo y cualitativo de contenidos para detectar oportunidades y tendencias de la categoría. Rol consultivo sobre qué funciona y qué no, aportando benchmarks y recomendaciones estratégicas. Desarrollo de un plan global de paid media orientado a la generación de leads de alto valor y construcción de una estrategia de contenidos que capitaliza la diversidad cultural y los talentos internacionales como territorio de marca.

KPI: entrega mensual de reportes estratégicos en tiempo y forma, con insights accionables para los equipos de marketing y comunicación.

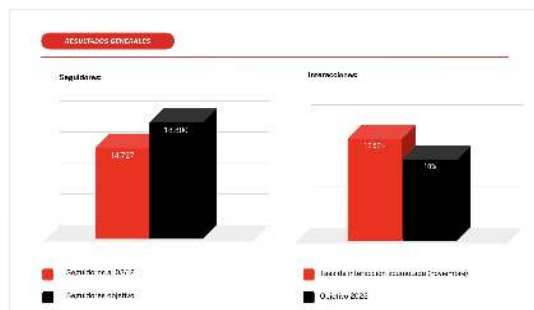


KPI: identificación de oportunidades estratégicas de posicionamiento tanto en la marca como el perfil ejecutivo y generación de insights a partir del análisis de métricas.



SUSTENTABILIDAD
Elmerides YPF LUZ, Aula móvil Fundación YPF.





SUPERVIELLE

Agencia: [KAHLO](#)

Periodo: Q4 2023

Región: Argentina

Medio: LinkedIn

Objetivo estratégico: ordenar y potenciar la comunicación institucional y de liderazgo de Supervielle, articulando iniciativas de negocio, cultura y RSE para fortalecer comunidad y sentido de pertenencia.

Highlights de negocio: comunicación estratégica de los Centros de Excelencia (COE) y programas de RSE, poniendo en valor capacidades internas y foco en desarrollo. Acompañamiento estratégico en contenidos orientados a construir liderazgo de múltiples áreas del banco.

KPI: entregar en tiempo y forma reportes de métricas con insights accionables y velar por la ejecución consistente de contenidos orientados a comunidad.





Agencia cliente: **KAHLO**

Periodo: 2Q 2023 - 4Q 2024 - 2Q 2025

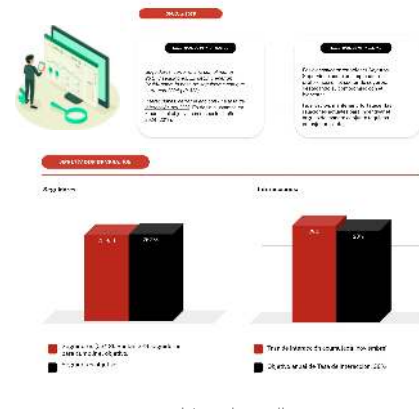
Región: Argentina

Medio: LinkedIn

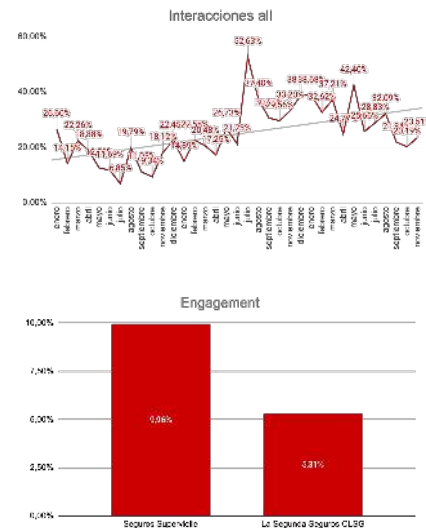
Objetivo estratégico: ordenar y evolucionar la estrategia de contenidos de Seguros Supervielle, acompañando el pasaje desde un foco inicial de marca empleadora hacia la comunicación de productos personales y corporativos.

Highlights de negocio: diseño del reporte mensual de seguimiento para la cuenta, identificando content winners y tendencias de interés. Investigación cuantitativa y cualitativa de la categoría para redefinir la matriz de contenidos y ponderar secciones. Acompañamiento consultivo en la definición de objetivos y planificación.

KPI: entrega mensual de reportes estratégicos con insights accionables y utilización de los content winners como guía para la planificación de contenidos.



PLAN ESTRATÉGICO DE CONTENIDOS					
EJE	DESAFÍO	DESTREZA	CULTURA COLABORATIVA	RESPALDO	LIDERAZGO
TIPO DE CONTENIDO	Supervielle Seguros como empresa que busca transformar la cultura aseguradora mediante la calidad y transparencia de sus productos y servicios	Acciones y proyectos que muestren la agilidad en la modalidad de trabajo y el aprendizaje continuo en el desarrollo de productos y servicios.	Personas y equipos que representen el clima y ADN de Seguros Supervielle, así como la responsabilidad por el impacto social y ambiental .	Contenidos que den cuenta de la pertenencia al grupo como valor agregado.	Contenidos que muestren a las personas como agente de cambio que transforman positivamente con un liderazgo humano, inspirador y desarrollador.
SECCIÓN 1	Oportunidades de Empleo	Competencias en acción	Áreas y equipos	Beneficios/Bienestar	Inclusividad
SECCIÓN 2	Nos animamos a...	Con sello SS	Sostenibilidad	Eventos	Buenas prácticas
SECCIÓN 3	Casos de éxito	Lanzamientos/Novedades	Yo apuesto a...	Noticias y recomendaciones	
				CLAIMS	





Agencia: [KAHLO](#)

Periodo: Q4 2023 - Q1 2024

Región: Argentina y Uruguay

Medio: LinkedIn

Objetivo estratégico: fortalecer el posicionamiento de liderazgo de Adecco mediante la alineación estratégica de los perfiles ejecutivos, conectando marca personal, objetivos de negocio y narrativa institucional.

Highlights de negocio: lectura etnográfica del perfil de una nueva directora para definir tono, verticales de contenido y estética, alineados a sus objetivos y al benchmark de otros líderes de la industria. Revisión estratégica de los perfiles del CEO, CMO y Directora para identificar oportunidades de conversación conjunta, mejorar coherencia visual y narrativa, y reforzar el vínculo entre marca personal y marca Adecco.

KPI: definición e implementación de lineamientos estratégicos de contenido para perfiles ejecutivos y mejora en la coherencia del ecosistema de liderazgo en LinkedIn.



Directora de Servicios de Calidad y Transformación

Argentina y Uruguay

TIPO DE PERFIL

- Fuerte orientación al sector empresario, más específicamente a gerentes de RRHH
- Habla siempre desde el negocio

Benchmark directores HR y oportunidades:

- **Reconocimiento interno y/o encuentros de equipo:**

Reconocimiento de talentos, equipos y publicaciones de encuentros internos.

- **Interacciones con la página empresa:**

Aumentar nuestra visibilidad, incrementando la interacción con la página de Adecco.
Estas interacciones pueden ser re-publicaciones, publicaciones con la estética de Adecco o publicaciones con nuestra estética pero sumando la marca Adecco (valider posibilidades contemplando todos los perfiles).

- **Desarrollar "datos claves":**

Resultados, crecimiento y oportunidades de la industria en términos comparativos con otros mercados, como parte upper funnel de la estrategia que considera los tres perfiles.

VERTICALES DE CONTENIDO

Vigentes:

1. Networking
2. Liderazgo y transformación del mundo laboral, en relación al impacto que vivimos por la IA. Inspirar a la evolución y animar a los procesos de cambio. Intrapreneurship.
3. Futuro del "depto RRHH" y decisiones en base a datos generados por modelos de aprendizajes o IA.
4. Ética y tecnología. Deontología, ética profesional.
5. Impacto de los procesos de digitalización en la cultura de las organizaciones.
6. Oportunidades de empleo.

Propuesta (sumar):

7. Desarrollo personal para talentos. Contar qué y cómo buscan las empresas y dar recomendaciones a la comunidad sobre capacitaciones y diferentes maneras de encarar una búsqueda laboral o cambio de empleo, en relación a este nuevo paradigma que estamos viviendo.
8. Desarrollo organizacional (trabajo en equipo y resultados, procesos de formación, cultura y desempeño, condiciones necesarias para crear grupos de trabajo eficaces, etc).
9. Casos de éxito.



Agencia cliente: [KAHLO](#)

Periodo: 2Q 2023 - 4Q 2024 - 2Q 2025

Región: República Dominicana

Medio: LinkedIn

Objetivo estratégico: potenciar la estrategia de comunicación y que la marca empleadora, atraiga talento tech y acompañe la comunicación de productos, integrando las particularidades culturales de República Dominicana.

Highlights de negocio: investigación de la categoría y del contexto cultural local para definir secciones de contenido acordes al mercado. Desarrollo de reportes estratégicos con objetivos, conclusiones e insights para orientar la planificación. Acompañamiento consultivo para mejorar la dinámica de trabajo y activar líderes como voceros, logrando una comunicación más cercana y alineada con la cultura del cliente.

KPI: mejora en la fluidez de la relación con el cliente y activación sostenida de líderes como generadores de impacto en LinkedIn.





Periodo: Q2, Q3, Q4 2025

Región: Argentina

Medio: LinkedIn

Objetivo estratégico: dar seguimiento a la estrategia de comunicación a partir de métricas y objetivos claros, valorizando la marca empleadora en relación directa con su impacto en el negocio y su posicionamiento competitivo.

Highlights de negocio: trabajo intensivo de definición de objetivos, métricas y reportes para orientar la toma de decisiones. Investigación cuantitativa de la categoría y de la categoría tech para detectar oportunidades de posicionamiento y sustentar la estrategia presentada en el pitch.

KPI: reportería con insights accionables.



The House Project

Agencia cliente: [DTM](#)

Periodo: Q1 2023

Región: USA

Medio: Meta ads y Mailchimp

Objetivo estratégico: incrementar la recaudación de donaciones para The House Project mediante una estrategia de performance eficiente, priorizando mercados con mayor afinidad y optimizando cada instancia del embudo con presupuesto acotado.

Highlights de negocio: investigación de mercados para identificar a la comunidad latina en Estados Unidos como audiencia prioritaria. Diseño de una estrategia de campañas en Meta Ads con foco en optimización temprana del embudo y desarrollo de creativities. Integración de campañas de email marketing para capitalizar bases existentes y balancear inversión entre pauta y donaciones directas, maximizando el impacto de cada dólar invertido.

KPI: implementación de un embudo de donaciones optimizable y generación de aportes económicos a partir de campañas digitales y bases de datos existentes.



Apoyo a refugiados en Jordania



Apoyo a "La Ciudad de las Artes"



Mejora de viviendas



Agencia cliente: [DTM](#)

Periodo: Q1 y Q2 2023

Región: USA, Dubai, Nápoles

Medio: Meta ads

Objetivo estratégico: definir el posicionamiento y el público objetivo de Image Art Studio —coleccionistas y nuevos coleccionistas— para ordenar su estrategia comercial y potenciar la venta de ediciones limitadas de fotografía artística en mercados internacionales.

Highlights de negocio: análisis de la categoría y de competidores para definir segmentación, target e insights de audiencia. Desarrollo de una estrategia y planificación de campañas digitales para el lanzamiento del proyecto junto a su primer partner estratégico. Ejecución de campañas en Estados Unidos, Nápoles y Dubái, capitalizando el contexto cultural y el timing del campeonato de Napoli.

KPI: definición clara de públicos y segmentaciones estratégicas de alcance internacional que posicione a la galería y convierta en ventas.



Biohelper[®]

Agencia cliente: [DTM](#)

Periodo: 4Q 2023 - Q1 y Q2 2024

Región: Argentina

Medio: Meta y Google ads

Objetivo estratégico: diseñar y optimizar un ecosistema de campañas en Meta y Google Ads, construyendo un embudo robusto y escalable que combine performance, educación del producto y rentabilidad sostenida.

Highlights de negocio: creación de un embudo de conversión completo desde el inicio, con fuerte foco en estrategias de remarketing que generaron resultados positivos desde las primeras etapas. Desarrollo progresivo de ramas por producto, ejecución constante de A/B tests y detección de adwinners para optimizar creativities y objetivos de campaña. Planificación conjunta de paid media y mensajes creativos, combinando performance con educación sobre probióticos y sus beneficios. Ejecución de campañas tácticas (Hot Sale y efemerides clave). Seguimiento mensual mediante reuniones de performance y resultados.

KPI: ROAS sostenido y positivo a lo largo del tiempo, optimización continua del embudo y cumplimiento de objetivos de performance en Meta y Google Ads.





Agencia cliente: [MASHIN](#)

Periodo: Q3 2020

Región: Argentina

Medio: Instagram y Facebook

Objetivo estratégico: impulsar las ventas del e-commerce de Topper durante el contexto de pandemia, mediante una planificación de contenidos alineada a stock, segmentos de audiencia y campañas comerciales activas.

Highlights de negocio: planificación mensual de contenidos a partir del análisis de stock disponible en la web y de las campañas vigentes de la marca. Gestión de múltiples segmentos de audiencia (mujeres, hombres, niños, adolescentes, urbano y deportivo) y ejecución de campañas transversales como Hot Sale para promover productos en stock, desde zapatillas hasta indumentaria. Coordinación constante con el equipo para adaptar contenidos según modelos prioritarios y necesidades comerciales del momento.

KPI: planificaciones mensuales de contenido alineadas a stock y campañas comerciales, aprobadas en tiempo y forma y orientadas a impulsar ventas del e-commerce.



MATTE®

Cliente directo.

Periodo: Q3 y Q4 2020

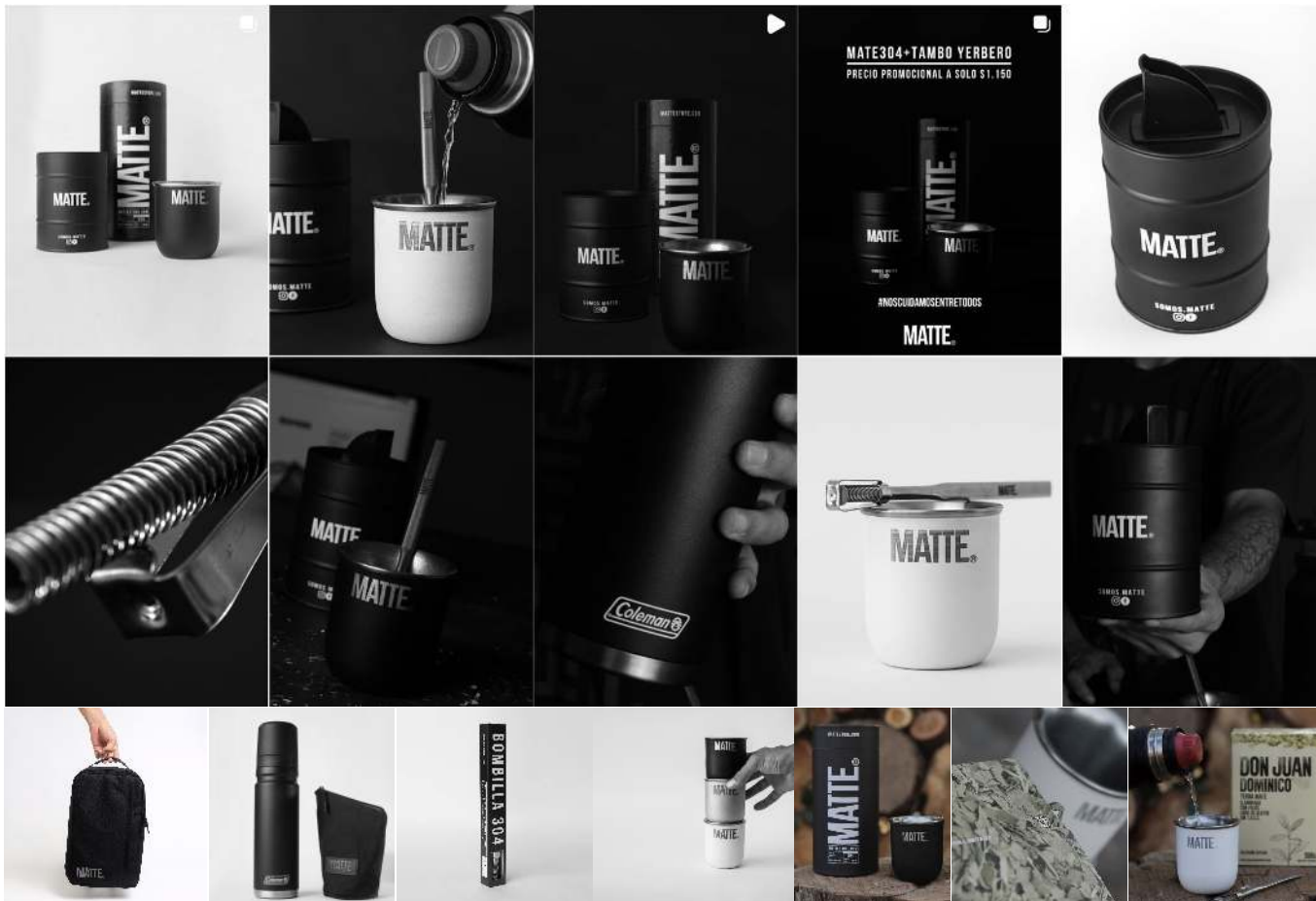
Región: Argentina

Medio: Instagram y Facebook

Objetivo estratégico: optimizar el rendimiento del e-commerce de Matte y acompañar el crecimiento del negocio mediante una estrategia de paid media alineada al desarrollo continuo de productos y lanzamientos.

Highlights de negocio: diagnóstico inicial del bajo rendimiento de la plataforma de e-commerce, que derivó en la migración a una nueva solución y la correcta integración de herramientas de remarketing con Meta y Google Ads. Planificación y ejecución de campañas paid para la cartera de productos activa, priorizando lanzamientos y ponderando nuevos desarrollos a medida que se incorporaban. Implementación de una lógica always on combinada con campañas tácticas de lanzamientos y armado de combos para sostener ventas cuando no había novedades de producto.

KPI: mejora del rendimiento del e-commerce tras la migración de plataforma y ejecución consistente de campañas paid orientadas a ventas y rotación de productos.





Agencia: [KAHLO](#)

Periodo: Q4 2024 - Q1 y Q2 2025

Región: Argentina

Medio: Meta y Google

Objetivo estratégico: bajar la estrategia de posicionamiento a una estrategia de marca accionable, ordenando la comunicación en social media y acompañando los objetivos de negocio en un contexto competitivo liderado por marcas consolidadas.

Highlights de negocio: definición de pilares de comunicación, secciones y storytelling de marca, junto con el plan de lanzamiento de la nueva estrategia en redes. Planificación mensual de contenidos orgánicos y pagos en sinergia con el equipo creativo, poniendo en valor los atributos diferenciales del producto frente al líder de la categoría. Desarrollo de reportes mensuales de métricas y definición de objetivos estratégicos anuales alineados al negocio, trabajando de forma consultiva la traducción de objetivos comerciales en KPI accionables. Seguimiento de performance en Meta y Google Ads, detección de adwinners y optimización continua junto al equipo digital, incorporando aprendizajes sobre públicos de consumo final y distribución.

KPI: implementación consistente de la nueva estrategia de marca, entrega mensual de reportes con insights accionables y mejora progresiva de la performance de campañas a partir de optimizaciones basadas en datos.



KPI: desarrollo e implementación del sitio web institucional con narrativa, mensajes clave y catálogo visual, habilitando la comunicación del grupo en procesos de expansión e internacionalización.

Luigi le entrega con un modesto total donde se producen sandwiches de miga. A poco tiempo y gracias al éxito en ventas, se inicia el desarrollo de una línea de panificado junto a la construcción de una fábrica.

Se realizan importantes inversiones en investigación y tecnología para estar a la vanguardia de los niveles de producción, aumentando la calidad y se hacen esfuerzos para innovar. Con el pasar de los años, la empresa se convirtió en una de las más importantes del sector de la construcción en todo el país.

Logrando una posición muy fuerte en el mercado interno, buscamos a mediana y largo plazo lograr incursionar en el mercado externo a través de la exportación de nuestros productos líderes.

AÑOS

Mts2 PRODUCTIVOS

PRODUCTOS

RRHH



Pizzeria Pizzeria



RESTAURANTE



PANINOTECA CONFITELIA

FARMACIA SUPERDOPPIA

La Farmacia Superdoppia è la più grande farmacia di tutta la Campania. Con un'ampia gamma di prodotti farmaceutici, di bellezza e di benessere, la Farmacia Superdoppia è la soluzione per tutti i vostri problemi di salute.

CINQUELIVE BELL

Il Cinquelive Bell è la soluzione per tutti i vostri problemi di salute. Con un'ampia gamma di prodotti farmaceutici, di bellezza e di benessere, il Cinquelive Bell è la soluzione per tutti i vostri problemi di salute.

CONFEZIONI E PASTICCERIE

Le Confezioni e Pasticcerie sono la soluzione per tutti i vostri problemi di salute. Con un'ampia gamma di prodotti farmaceutici, di bellezza e di benessere, le Confezioni e Pasticcerie sono la soluzione per tutti i vostri problemi di salute.

QUERRE RIVENDI

Querre Rivendi è un servizio di vendita al pubblico di prodotti farmaceutici, di bellezza e di benessere. Con un'ampia gamma di prodotti farmaceutici, di bellezza e di benessere, Querre Rivendi è la soluzione per tutti i vostri problemi di salute.

NUMERO VERDE

Il Numero Verde è un servizio di vendita al pubblico di prodotti farmaceutici, di bellezza e di benessere. Con un'ampia gamma di prodotti farmaceutici, di bellezza e di benessere, il Numero Verde è la soluzione per tutti i vostri problemi di salute.

NUMERO VERDE

ESTRUTURA TODO LO RICO Y VERDE DE SUS!

Reserva especial para el día de la madre, con un sabor que te hará olvidar cualquier otro sabor. ¡Es un momento que debes disfrutar! ¡Te invitamos a que lo disfrutes con nosotros!

Tellos Tortas Fajitas Pasaños Pasaños con queso



TELLO DE CORDON ROJO
100 g (3.5 oz)



PAN DE AZÚCAR
100 g (3.5 oz)



PASAÑOS
100 g (3.5 oz)



PASAÑOS CON QUESO
100 g (3.5 oz)



TELLOS
100 g (3.5 oz)



TORTAS
100 g (3.5 oz)



FAJITAS
100 g (3.5 oz)



PASAÑOS
100 g (3.5 oz)



Cliente directo.

Periodo: Q1 y Q2 2021

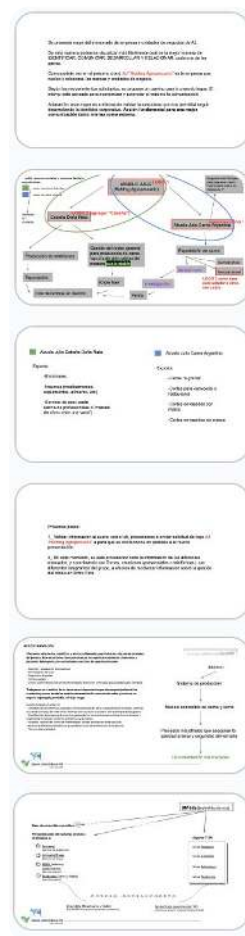
Región: Argentina y global

Medio: 360

Objetivo estratégico: acompañar en la construcción del posicionamiento y la estrategia de comunicación de Abuelo Julio desde cero, ayudando a definir la identidad, mensajes clave y estructura de contenidos para sentar las bases del crecimiento de la marca.

Highlights de negocio: desarrollo integral de la estrategia de marca, trabajando identidad, storytelling y planificación de contenidos iniciales. Investigación del contexto, del producto y del público para definir pilares de comunicación y ordenar los primeros esfuerzos de visibilidad. Implementación de una lógica de trabajo que permitió validar aprendizajes tempranos y sentar las bases metodológicas de planificación estratégica aplicadas luego en marcas de mayor escala.

KPI: definición y puesta en marcha de una estrategia de comunicación clara, con lineamientos de contenido y posicionamiento que permitieron el lanzamiento y consolidación inicial de la marca.





Agencia cliente: [MASHIN](#)

Periodo: Q3 2020

Región: Argentina

Medio: Instagram y Facebook

Objetivo estratégico: potenciar el engagement de la comunidad de Grido mediante una planificación de contenidos interactivos, con foco en fortalecer el vínculo con la marca y generar insights accionables para futuras decisiones de comunicación.

Highlights de negocio: desarrollo de una estrategia de stories interactivas orientadas a maximizar y sostener el engagement de una comunidad consolidada, apoyada por el club de la marca. Implementación progresiva de dinámicas participativas (encuestas, preguntas y opciones) para comenzar a relevar intereses, preferencias y comportamientos de la audiencia. Comunicación integrada de la oferta de productos, ampliando el foco más allá de helados hacia otras líneas congeladas como pizzas.

KPI: incremento y sostenimiento de métricas de engagement en stories y generación de insights a partir de la interacción de la comunidad.



*Planeo
saber*

¿Qué estás planeando? 

☐	Tel.:	+54 9 11 3482 0080
☐	Dirección de correo:	jeremiasmengarelli@gmail.com