



**David Ferré Gutiérrez**  
**Ingeniero en Telecomunicaciones y MBA Internacional.**  
**Curriculum Vitae ampliado – Job Description, último empleo.**

**Departamentos y áreas de negocio en los que he trabajado:**

• **Marketing Residencial (Voz) 1998-2000**

- Hitos Generales:
  - Plan de Marketing 1999, 2000; elaboración, implantación y seguimiento.
- Hitos de Producto:
  - Lanzamiento “050”
    - Lanzamiento prefijo telefónico 050 (llamadas interprovinciales e internacionales).
    - Seguimiento del comportamiento del consumo de los clientes.
    - Análisis y reposicionamiento constante de tarifas.
  - Lanzamiento “1050”
    - Re-Lanzamiento prefijo telefónico “1050” (llamadas provinciales, locales, Bonos de voz).
    - Lanzamiento de la preasignación (sustituto de los automarcadores).
    - Seguimiento del comportamiento del consumo de los clientes.
    - Análisis y reposicionamiento constante de tarifas con intensivas promociones.
- Reportando a:
  - Gerente de Voz
- Datos cuantitativos:
  - Captación de 2.991.000 clientes.
  - Captación de 254.500 preasignaciones.
  - Ingresos: 16.718 Mio de pesetas. (Acceso indirecto VOZ)

• **Marketing Empresas (Voz y Dato/Internet)**

- Hitos Generales:
  - Plan de Marketing 2001, 2002; elaboración, implantación y seguimiento.
  - Business Plan 2001, 2002; elaboración, implantación y seguimiento.
- Hitos de Producto:
  - Lanzamiento Internet para empresas.
  - Paquetes de fácil acceso a internet para empresas.
    - Nombre comercial: Avanza, commercia, interconecta.
    - ADSL.
    - Pack ADSL autoinstalable: reducción del tiempo de entrega del producto de 3 meses a 12 días (tiempos medios)
- Reportando a:
  - Gerente de conectividad y Director de MKTG empresas
- Datos cuantitativos:
  - Captación de 15.000 clientes ADSL empresas.
  - Ingresos: 9.800 Mio de pesetas. (Internet)

• **Ventas (Dirección Fuerza de ventas "Canal indirecto")**

- Definición e implantación de la política del canal FVI 2003.
- Responsable del cumplimiento de ingresos y business plan de 2 productos: ADLS y Red Inteligente 90x.
- Elaboración de los planes de acción que garanticen el cumplimiento del las altas e ingresos presupuestados para ambos productos.
- Fijación de las comisiones de ventas por producto.
- Reportando a:
  - Gerente de fuerza de ventas canal indirecto y Director de Ventas.
- Datos cuantitativos:
  - Objetivo de captación nuevas altas: 7.500 clientes ADSL empresas.
  - Objetivo de consecución: 20.000.000 minutos de tráfico 90x (Red Inteligente).
  - Obj. Ingresos: 25 Mio € de ingresos en Red Inteligente.

## Productos

De todos los productos he elaborado:

- Investigación de mercado.
- Descripción del producto.
- Implantación del producto en los sistemas conjuntamente con el área informática.
- Plan de negocio (objetivos de altas “unidades”, ingresos y márgenes comerciales).
- Argumentarios de ventas para el centro de clientes.
- Argumentarios de ventas para los comerciales (Fuerza de ventas).
- Material publicitario PLV para los distribuidores.
- Briefing para las agencias de publicidad: Campañas de TV, Radio, Vallas, Prensa, etc...
- Formación a la fuerza de ventas.
- Formación a los supervisores de los agentes de Call Center (atención al cliente 060), plataformas de telemarketing.
- Seguimiento (altas, ingresos, desviación sobre presupuesto y acciones correctoras).

## OTROS PROYECTOS

Mejora mediante reingeniería de productos ya lanzados que no cumplían las expectativas marcadas inicialmente: ADSL y Red Inteligente 90x. Este tipos de proyecto se desarrollaban en varias fases:

- a) Análisis de la situación inicial (Ventas, Provisión, Sistemas Informáticos, Nuevas Tecnologías...).
- b) Análisis de los medios disponibles para la mejora (Fuerza de ventas, Reprogramar los sistemas mas ágilmente para facilitar la comunicación entre departamentos, Packs ADSL autoinstalables) .
- c) Propuesta de la mejora teniendo en cuenta los recursos que se podían dedicar.
- d) Implementación de la mejora.
- e) Seguimiento del nuevo producto.

Todo ello mediante la creación y liderazgo de varios grupos de trabajo.

Los grupos de trabajo han llegado a ser de mas de 20 personas.

## SATISFACCIONES PERSONALES

**Marketing:** Me siento personalmente muy satisfecho de haber sido el Product Manager encargado de la definición, implementación, lanzamiento y seguimiento del producto ADSL en pack autoinstalable de auna para empresas que conseguimos tiempos de entrega de 12 días. Basándose en mi cadena de provisión se implemento el pack ADSL autoinstalable de EresMas que a día de hoy entrega Wanadoo. Anteriormente a esto, el producto ADSL tenía muchos defectos de provisión, en auna trabajábamos con 4 empresas instaladoras subcontratadas y cada una se comunicaba por vias diferentes por lo que la incomunicación (nuevos clientes, petición de nuevo stock por parte de las empresas instaladoras, etc...) era muy elevada y ello afectaba al tiempo de provisión (teníamos clientes con tiempos de entrega de hasta 6 meses).

**Fuerza de ventas:** Una vez pase de MKTG a Fuerza de Ventas pude comprobar la eficacia del producto Pack ADSL autoinstalable consiguiendo ratios de consecución de objetivos de ventas en el canal indirecto de 123% sobre el presupuesto.