

# Roberto López García

Jefe de Planificación Digital

robertolopez.eu

13/01/1978 / Vía Lusitana 66 5º 6 - Madrid 28025

636264348 / hola@robertolopez.eu

## Formación académica

**“La Eficacia publicitaria de la Televisión e Internet”**

Diploma de Estudios Avanzados (DEA)

Universidad Rey Juan Carlos (Campus Fuenlabrada) **Junio 2011.**

**Máster en Cine, televisión y medios Interactivos.**

Universidad Rey Juan Carlos (Campus Fuenlabrada) **Junio 2011.**

**Curso de Planificación de Medios.**

Vía Formación. **2011.**

**Máster en Marketing y Dirección de Empresas.**

Escuela Superior de Marketing (ESEM) **Abril 2005.**

**Licenciado en Marketing y Dirección de Empresas.**

Escuela Superior de Marketing (ESEM) **Octubre 2004.**

**Diplomado en CC. Empresariales.**

Universidad Complutense de Madrid.

Especialidad en Gestión Comercial y Marketing. **Julio 2003.**

## Experiencia laboral:

**Octubre 2009-Actualidad:**

**Jefe de Planificación Digital.**

**MEC (Central de medios MEC).**

**Funciones:** Integrado en equipo Multimedia para campañas 360°, Fidelización de clientes, responsable desarrollo y ejecución de nuevas estrategias de comunicación y de marketing entorno a todos los nuevos medios (Internet, TVIP, mobile marketing, SEO/SEM, Social Media, afiliación, RTB, Clúster, etc...). coordinación con los departamentos planificación digital, negociación y compra digital, implementación de los nuevos productos digitales de la compañía (Quisma, Xaxis,...) supervisar las implementaciones y optimización de campañas, además de cerrar Acuerdos estratégicos, Benchmark digitales, análisis de Mercados... Creación de nuevos productos y formatos digitales.

**Clientes:**

Respuesta Directa: Adeslas, Línea Directa Empresa, BES, Merck, Reale,...

Display: Nivea, La Sexta, Pescanova, Visa, Wilkinson, HEINZ, General Mills, Ubisoft, Toysrus, Cefatoys, Michelin, Aena...

Mobile: Ubisoft, Wilkinson, Nivea,...

Search: Merck, Nivea, BES,...

**Agosto 2005-Septiembre 2009:**

**Jefe de Implementación.**

**Mec Interactions (Central de medios interactivos Mediaedge:CIA)**

**Funciones:** Creación Nuevo departamento de Planificación Digital Mec Interactions. Desarrollo de procesos, nuevos negocios (Mobile, Respuesta Directa,...) credenciales, Memos, plantillas de control, formación y gestión de equipos de planificación On-line. Gestión y supervisión de un equipo táctico de 9 personas. Coordinador con los departamentos de Negociación, compra y facturación.

**Clientes:** Control, Michelín, Nivea, Heinz, General Mills, Ubisoft, Paramount, Sony Ericsson...

**Febrero - Julio 2005:**

**Planificador Sénior.**

**Outrider/Fullsix (central de medios interactivos Mediaedge:CIA).**

**Funciones:** Planificación negociación y compra, tracking y optimización de campañas, benchmark, análisis de mercados, audiencias, implicación en las estrategias, negociación y compras...

**Clientes:** Control, Turismo Vasco, XEROX, HEINZ, General Mills, Ubisoft...

## Experiencia docente:

**Ponente en la Conferencia sobre Marketing Interactivo organizado por Interactive Advertising Bureau (IAB).**

Presentando el case study de la campaña que Control desarrolló en Internet a través de la agencia de medios Mediaedge:cia durante el **año 2005**

**Ponente en seminarios organizados por Mediaedge en la Universidad Complutense de Madrid (Somosaguas).**

Casos de campañas on-line de clientes como Control, Ubisoft,... **2006-2007.**

**Ponente en una Masterclass en The College of Everything.**

Sobre la eficacia creativa en la planificación de medios digitales para **año 2011.**

**Ponente en una Masterclass en Instituto Europeo DI DESIGN.**

Sobre publicidad Low cost en medios digitales para **año 2012.**

**Profesor en la Universidad Rey Juan Carlos impartiendo clase en Master en TV, Cine y Medios Interactivos**

Impartiendo el módulo de Publicidad y planificación Digital... **2012-2013**

## Publicaciones:

Artículo publicado en el suplemento de la revista IP MARK  
E-commerce: Escúchalos y te seguirán donde vayas: ... 2014

## Premios:

BRONCE Planificación de Medios más eficaces, Eficacia 2010.  
(Campaña JustDance - Ubisoft)

SHORTLIST Premios Global Ideas 2010  
(Campaña Assassins Creed - Ubisoft).

## Informática

Ofimática.

Nivel avanzado.

Programas de diseño Web.

Html, Dreamweaver y Frontpage (300 h)

Herramientas Adserver publicitarios.

DFA/DFP/MediaMind/Eyewonder.

Herramientas estudio de audiencias.

Nielsen-Netratings / Galileo / Comscore

Herramientas para análisis de mercado.

Adrelevance. Estudio General del Medios (EGM).

## Idiomas

Inglés.

Nivel medio.