



Ana Pedreño Santos

Experiencia profesional

GRUPO ENTUSIASMO

Directora de Marketing. Sector: Grupo Publicitario

Gestión de la marca. Diseño e implementación de los Planes de Marketing y Desarrollo de Negocios.

COMUNICATIO Servicios Externalizados de Marketing

Directora de Proyectos de Fidelización e Investigación. Sector: Consultoría de Marketing

Investigación de mercados; Estrategias de Captación y Fidelización de clientes; Ejecución de Campañas de Comunicación y de Relaciones Públicas; Cursos de Formación

CLEARWIRE España (SPRINT)

Marketing Manager. Sector: Multinacional Telecomunicaciones 4GWiMAX

Lanzamiento de la Compañía en España: Definición del target, la marca, los productos y el posicionamiento. Definición e implementación de los desarrollos y procesos internos enfocados a la Fidelización de clientes. Definición de las estrategias comerciales, publicitarias y de RRPP.

ALÓ Comunicaciones

Marketing Manager. Sector: Multinacional Telefonía fija y ADSL

Diseño, desarrollo e implantación de los Planes Estratégicos de Marketing. Coordinación de áreas internas y externas para mejorar de la calidad del servicio, mantener la competitividad y reducir de la tasa de bajas. Apertura de nuevos canales de Venta Directa e Indirecta. Lanzamiento de campañas publicitarias basadas en criterios de rentabilidad.

AMENA (ORANGE)

Responsable de Retención de clientes. Área de Fidelización de Clientes.

Lanzamiento del departamento. Diseño, desarrollo e implantación de planes de Retención y Fidelización. Lanzamiento de Campañas basadas en la Probabilidad de Fuga y orientadas al cliente Residencial y Empresa. Segmentación de clientes empresas en base a criterios de valor

Jefe de Producto Marketing Empresas. Área de Marketing Estratégico.

Implementación de Planes de Marketing. Diseño y lanzamiento oferta específica para segmento Empresas durante el lanzamiento de la compañía.

Experiencia Docente

Profesora Asociada Universidad Complutense de Madrid F. Ciencias Económicas y Empresariales

Plan de Formación de Coordinadores de Marketing para Cooperativas de Educación, UCETAM

Plan de Formación de Directores de Centro Docentes –Unidad de Marketing- , INAP

Formación Superior

- **Doctora en Marketing** F. Ciencias Económicas y Empresariales, UCM
- **Master en Investigación de Dirección de Empresas, Marketing y Contabilidad** FCCEE y EE, UCM
- **Licenciada en Derecho, UCM.** *Beca Erasmus Università "La Sapienza" di Roma*
- **Graduada en Criminología, UCM**

- **Suficiencia Investigadora en Derecho, UCM. Beca Leonardo da Vinci de la UE en Roma**
- **Postgrado Dirección de Marketing Internacional, CEOE**
- **Postgrado Gestión Empresarial, CEPYME**

Publicaciones y Congresos

- Pedreño A. y García-Madariaga (2016) "Marketing en Centros Educativos. Estado de la cuestión", *OGE Revista del Fórum Europeo de Administración de la Educación*, n.5, pp. 30
- Carrasco R., Blasco F., García de Madariaga J., Pedreño A. (2016), "Modelo de evaluación de las quejas de los clientes expresadas en lenguaje natural en el CRM. Una aplicación mediante SERVPERF al sector de telecomunicaciones" *XXVIII Congreso de Marketing AEMARK 2016*.
- Pedreño A. (2016) "Fidelizar y atraer alumnos, ¿un deseo o una necesidad?" *OGE Revista del Fórum Europeo de Administración de la Educación*, n.5, pp. 15
- Ana Pedreño Santos (2016), "La imagen institucional, colaboración y promoción externa del centro" dentro de "Desarrollo de la Función Directiva", *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*
- Ana Pedreño Santos (2015), "Análisis de las variables de marketing que afectan al valor del cliente. La permanencia como variable controlable", *Universidad Complutense de Madrid*, 239 pp.
- Ana Pedreño Santos (2012), "Variables de marketing que afectan a la retención y al valor del cliente", *Universidad Complutense de Madrid*, 78 pp.