

Cel: (+52) 8116116698
 Mail: Olivia_alanis@yahoo.com.mx
 LinkedIn: www.linkedin.com/in/
 luz-olivia-alanis-araiza-8024741
 Monterrey (Disponibilidad a viajar y
 cambio de residencia)



Luz Olivia Alanis Araiza

Maestría en Administración de Mercadotecnia

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (2005–2007)

Licenciatura en Administración con especialidad en Mercadotecnia

Instituto Tecnológico de Chihuahua (1997–2001)

Profesional con más de 20 años de experiencia en la industria de consumo desempeñando roles de liderazgo en áreas de marketing y trade marketing dentro de empresas multinacionales enfocada a desarrollar marketing aplicando amplio conocimiento en BTC dentro de posiciones gerenciales y/o direcciones clave para el desarrollo de un negocio asegurando una visión 360°.

Experiencia Profesional:

Absormex, CMPC Tissue S.A. de C.V. Abril 2013 a Enero 2022

Marcas de Limpieza e higiene y Cuidado personal y de bebé como: Elite, Premier, Big Roll, Soft Dreams, Babysec, Softails, Brazil, Querubín, ABCD, Ladysoft, Cotidian.

GERENTE DE MARKETING TISSUE

2020 – 2022

(PAPEL HIGIÉNICO,
TOALLAS DE COCINA,
SERVILLETAS, PAÑUELOS
DESECHABLES)

RESPONSABILIDADES

- Generar estrategia de marketing para alcanzar resultados de la categoría (80% del ingreso de la compañía)
- Asegurar presupuestos eficientes para el cumplimiento de metas de venta (Volumen y Valor) así como Market Share de acuerdo Nielsen, Iscam y TOM
- Potenciar presencia de marca en la mente de consumidor a través de campañas adhoc al potencial del segmento de mercado
- Entendimiento de mercado y tendencias a través de estudios blind test, homescan use, U&H, y comunicación de marca
- Definición de plataforma de comunicación adhoc a comportamiento de consumidor con agencia de medios

LOGROS

- Establecí proceso de innovación a nivel nacional que permitió el lanzamiento de SKUS de Crisis en tiempos de pandemia de manera oportunidad generando revertir tendencia un 25%
- Fortalecimiento de la estrategia de marca en el segmento Premium a través del desarrollo de comunicación clave y un portafolio adhoc con la marca Triplex contribuyendo a la rentabilidad del negocio un 30% más de ingreso promedio
- Redefinición de estrategia de marca megabrand ELITE con enfoque Challenger en el mercado permitiendo una eficiencia presupuestal a la inversión de marketing de un 10%

GERENTE DE MARKETING SANITARIOS

2013 – 2019

(PAÑAL DE BEBÉ, TOALLAS
HÚMEDAS, PAÑAL DE
ADULTO, TOALLAS
FEMENINAS)

- Definición estrategia digital para marcas de menor inversión
- Establecer un Portafolio ganador adhoc cliente – consumidor para alcanzar objetivos de marca en punto de venta y generar preferencia
- Asegurar productos de alta calidad de acuerdo a la necesidades del mercado local
- Desarrollar estrategias punto de venta y desarrollar productos y promociones inpack eficientemente
- Asegurar negociación de toda la cadena de valor para asegurar la ejecución adecuada de iniciativas de marca con excelencia
- Monitoreo continuo de productos para asegurar cumplimiento de promesa de producto en empaques
- Alcanzar resultados de la categoría

- Lanzamiento de la marca Ladysoft en México con estrategia de comunicación 100% digital y con inversión de 2% del ingreso anual
- Posicionamiento de marca de Pañal de Bebé de segmento alto “Soft Dreams” alcanzando share de 3% en un 1 año
- Redefinición de segmentación de marcas – canal asegurando competitividad ganando rentabilidad del negocio 10 puntos porcentuales vs un año contra otro
- Revertí tendencia de rentabilidad de la categoría de pañales a nivel EBITDA al cierre 2019

Cursos

- Licencing with Nickelodeon 2016
- MKT Digital para toma de decisiones 2018
- MKT Consumer Understanding 2000
- Inglés ASPECT ILA

Inglés
AVANZADO

Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, Heineken México. Mayo 2006 a Septiembre 2012

Marcas de Cerveza Heineken, Tecate, Indio, Carta Blanca, Sol, Bohemia, XX, Superior, Kloster, Coors Light, Amstel

TRADE MARKETING ON PREMISE 2011 – 2012 (CANAL ENFOCADO A VENTA DE CERVEZA ABIERTA EN CENTROS DE CONSUMO)	RESPONSABILIDADES	LOGROS
	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de estrategias nacionales para el canal en marcas Tecate y Coors Light - Alcanzar objetivos de venta y rentabilidad de mercados en desarrollo - Comunicación a mercados para asegurar implementación y ejecución de presupuesto eficiente - Alcance de resultados de marca por región 	<ul style="list-style-type: none"> - Diseñe e implemente la estrategia adecuada a las necesidades del segmento bar estándar (24% de contribución al canal) - Realice programas promocionales de canal explotando plataformas nacionales de marca Tecate potenciando mercados en desarrollo creciendo la base de la marca hasta 40% - Implemente estrategias de actividades de patrocinios de Coors Light en mercados clave para asegurar presencia y saturación de marca en el canal en eventos asegurando saturación en un 80%
RESPONSABLE DE PLANEACIÓN DE MERCADOTECNIA 2009 – 2011	<ul style="list-style-type: none"> - Integración del plan de negocio comercial y mercadotecnia enfocado a resultados financieros y de valor de marca - Monitoreo Mensual de resultados de valor de marca de estudios de mercado adhoc por mercado - Integración de resultados financieros por marca y región / mercado / canal - Asignación y ajustes de presupuesto de marca anual y mensual de acuerdo a necesidades de mercado y desarrollo de marcas por región 	<ul style="list-style-type: none"> - Integración global de visión de negocio oportuna para toma de decisiones y asignaciones presupuestarias para alcanzar resultados con marcas clave en regiones con mayor potencial - Integración de Equipo Heineken a México
EJECUTIVO DE ESTRATEGIA DE MARCA CARTA BLANCA 2008-2009	<ul style="list-style-type: none"> - Definición estrategia de marca: arquitectura, plataforma de comunicación, portafolio, estrategia de precio, rol regional. - Comunicación y bajada a equipos clave para ejecución de campañas - Monitoreo y propuestas de acción para alcanzar objetivos de presupuestos de marca 	<ul style="list-style-type: none"> - Implementación de cambio de imagen 2009 alcanzando posicionamiento de marca y engagement objetivo en mercados norte superior a 60 puntos - Aportación de marca a mercados de liderazgo en un 45% de venta recuperando participación vs año anterior
JEFATURA DE INTELIGENCIA COMERCIAL 2008	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de estrategias de ingreso asegurando la rentabilidad del portafolio de acuerdo a competitividad del canal / territorio adecuados al posicionamiento de las marcas 	<ul style="list-style-type: none"> - Lanzamiento de marca Sol en el mercado en canales y clientes adecuados sin pérdida financiera ni generando stock por lento desplazamiento
COORDINACIÓN DE CANAL MODERNO CHIHUAHUA 2006-2007	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de estrategias locales de trademarketing enfocados a tiendas de conveniencia y autoservicios 	<ul style="list-style-type: none"> - Optimización de portafolio en cadena OXXO y estrategia de mercadeadores en la zona

Otras Empresas

Cadena Comercial Oxxo. Agosto 2004 – Mayo 2006.

Responsable de Mercadeo Plaza Chihuahua. Asegurar la mayor eficiencia operativa en piso en la zona así como comunicación en punto de venta eficiente, implementando piloto de proyectos clave a nivel nacional como segmentación y planogramación.

Almacenes García de México. Mayo 2002 – Julio 2003

Trainee de gerencia. Proyecto de apertura de tiendas a nivel nacional asegurando comunicación, ejecución, plantillas, capacitación, generales de gerencia en el proceso de arranque de tienda.

Conocimientos

- Office
- Sap
- Nielsen & Iscam
- Estudios de mercado adhoc: Blind Test, Homeusage, Use&habits, estudios cuantitativos, cuaitativos, preliknk, linkexpress,
- ADSPEND

Nielsen
& ISCAM
reports

Estudios
de
mercado
Adhoc