

RICARDO LÓPEZ

Marketing y ventas

984 370 018 | fabricardo704@gmail.com | Santiago de Surco |

<https://www.linkedin.com/in/ricardo-lopez-cabrera/>

PERFIL

Cuento con experiencia liderando equipos de marketing digital y como ejecutivo de ventas en los sectores hotelaría y agencia de marketing digital. Actualmente, curso el último ciclo de la carrera de Marketing en la Universidad de Lima (español – inglés),

Mi experiencia en el área de marketing y comercial me ha llevado a alinear, entender y optimizar KPIS para el logro de objetivos organizacionales con enfoque hacia el servicio y liderazgo.

Estoy interesado en aumentar la facturación de ventas a través de planes de marketing, publicidad y comercial reforzando con herramientas de CRM, analítica de datos e investigación de mercados. Además de reforzar mis habilidades comerciales de prospección y fidelización de clientes.

Manejo MS office a nivel avanzado, herramientas de publicidad digital como Meta Ads (Nivel Experto), Google Ads (Nivel Intermedio), Tik Tok Ads y LinkedIn Ads y Sales Navigator, Meta Business Suite a nivel Avanzado, Wordpress a nivel intermedio y SEO. Asimismo, herramientas de data y analítica como Power Bi, Google Analytics y Google Data Studio. Adicional, WhatsApp Business y herramientas comerciales hoteleras (OTA's) como Airbnb, Booking y Expedia; y softwares hoteleros como Infotel. También domino el idioma inglés a nivel avanzado y francés a nivel básico.

Además, soy el segundo de 3 hermanos. Me encanta llevar un estilo de vida saludable apegada a la buena alimentación y deporte.

EXPERIENCIA

Hotel San Blas (Marzo, 2024 – a la fecha)

Hotel corporativo de 3 estrellas con 38 habitaciones, 05 salas de eventos y restaurante, S/1,9MM ingresos +20 personas

Sector Hotelero – Privado

Ejecutivo de Ventas

- **Gestión Comercial:** Captación y prospección de nuevos clientes, reactivación y negociación de tarifas con clientes corporativos y agencias. Implementación de estrategias de ventas y marketing local (incluyendo redes sociales). Coordinación con áreas operativas del hotel para garantizar la satisfacción del cliente. Actualización de base de datos y preparación de contratos.
- **Gestión de OTAs:** Gestión de inventario y perfiles en Booking, Expedia, Airbnb, etc., para evitar sobreventas.
- **Análisis de Mercado:** Análisis de tendencias locales, competencia y generación de leads. Contacto con clientes potenciales y análisis de información de Business Intelligence sobre producción de cuentas y mercados emisores. Asimismo, supervisión de campañas publicitarias optimizando el retorno sobre la inversión.
- **Seguimiento y Reportes:** Seguimiento a facturación, créditos, y recuperación de pagos. Elaboración de informes comerciales y seguimiento a visitas y progreso de cuentas. Negociación de soluciones para mejorar la experiencia del cliente.

Logros

- Incremento en la ocupación de habitaciones por encima del 60% y aumento del 30% en la contratación de eventos corporativos, mediante la captación de nuevos clientes y negociaciones personalizadas.
- Optimización de plataformas de OTAs (Booking, Expedia, Tripadvisor, Airbnb) para mejorar la visibilidad, evitar sobreventas y maximizar el manejo del inventario de habitaciones, impulsando las reservas directas.
- Implementación de un sistema de CRM para el seguimiento eficiente de clientes y oportunidades comerciales, contribuyendo al cierre exitoso de acuerdos y fortalecimiento de relaciones con un 50% de retención de clientes corporativos a largo plazo.

Táctico – Agencia de Marketing Digital SAC (Marzo, 2023 – a la fecha)

Agencia de Marketing Digital, +15 personas

Sector Publicidad – Privado

Ejecutivo de Ventas

- Gestión de Clientes: Mantener una comunicación efectiva con los clientes para comprender sus necesidades y objetivos. Así como desarrollar estrategias de marketing digital personalizadas para cada cliente, teniendo en cuenta su sector y público objetivo.
- Coordinación de Equipos: Colaborar con diseñadores, comunicadores, especialista en publicidad digital y otros profesionales para ejecutar campañas de marketing digital de manera efectiva.
- Captación y seguimiento de prospectos hasta convertirlos a clientes. Así como identificar oportunidades de fidelización y retención.

Logros

- Llegar a la meta de captación de 5 nuevos clientes de alto ticket a través de presentaciones personales y llamadas en frío.
- Mantener una relación sólida con los clientes, demostrando resultados positivos y colaborando en la retención de clientes.

Coordinador de Marketing digital

- Investigación de mercado: Realizar investigaciones de mercado para comprender el público objetivo, las tendencias del mercado y la competencia, lo que permite tomar decisiones informadas sobre estrategias de publicidad digital.
- Planificación, optimización y seguimiento de campañas: Diseñar estrategias de publicidad digital, incluyendo la selección de plataformas publicitarias como Google Ads, Meta Ads y Tik Tok Ads, definición de presupuestos, creación de anuncios y calendarios de campañas.
- Informe y Presentación de Resultados: Preparar informes regulares de desempeño y presentar los resultados a los clientes, destacando los logros y proponiendo mejoras.

Logros

- Aumento de tráfico: Incremento significativo en la cantidad de visitantes a un sitio web o plataforma en línea, logrando un mayor alcance y visibilidad.
- Mejora en la conversión: Aumento en la tasa de conversión y reconocimiento de la marca a través de campañas de anuncios efectivas, lo que puede medirse mediante el aumento de menciones en redes sociales, búsquedas de marca y comentarios positivos.

Residencial Suiza EIRL (2021 – Marzo, 2023)

Alojamiento boutique, S/260k ingresos +10 personas

Sector Hotelero – Privado

Coordinador de Marketing y Marketing digital – Coordinador Comercial

- Desarrollar y ejecutar los planes de marketing y marketing digital de la empresa
- Administrar y organizar las diferentes tareas de marketing con los empleados, proveedores y clientes
- Desarrollar y ejecutar planes comerciales para captar nuevos clientes B2B y B2C

Logros

- Alcanzar y mantener un porcentaje de reservas mayor a 60%

- Mantener fidelizados al 50% de nuevos clientes para asegurar su permanencia a largo plazo
- Captación de nuevos clientes del rubro corporativo

EDUCACIÓN

Formación Superior:

Universidad de Lima – Perú

Marketing (2016 – a la fecha)

Educación Complementaria_

High Income Skills Academy – Comunidad y Mentoría en Línea

Prospección en Línea – Appointment Setting – Cierre de Ventas

IDIOMAS:

Inglés (Intermedio) – Icpna, Lima, Pe.

Frances (Básico) – Alianza Francesa, Lima, Pe.

English for Academic Purposes (High Intermediate – Pre Advanced) – Vanier College, Montreal, Ca.

INFORMATICA | HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS Y DIGITALES:

- | | |
|--|---------------------------------|
| • MS Office | • Meta Ads |
| • Excel (Tablas dinámicas y Dashboard) | • Tik Tok Ads |
| • Power BI | • LinkedIn Ads y Sale Navigator |
| • Herramientas de IA | • Google Ads |
| • OTA's: Booking, Airbnb y Expedia | • Google Analytics |
| • Infohotel (PMS) | • Google Google Data Studio |
| • CRM | • Wordpress |
| • WhatsApp Business | • SEO |
| • Meta Business Suite | • Canva Pro |