

áreas de trabajo y especialización_ eventos & lanzamiento de productos



Proyectar los valores de las marcas y de sus productos, de acuerdo al posicionamiento que se desea, exige una planificación rigurosa y metódica. Sólo así pueden alcanzarse los objetivos de comunicación de las marcas

- **Diseño y planificación de su desarrollo**
- **Elaboración de planes de acción minuto a minuto**
- **Organización y coordinación interna de los proyectos**
- **Presentaciones públicas, reuniones internas, juntas de accionistas, photo calls...**
- **Asistencia en la comparecencia de portavoces**
- **Convocatorias de medios**
- **Análisis del impacto y retorno de la inversión**