



BILL DERRENGER

CEO Kelloggs España (2005-2010). Experto en estrategia y transformación empresarial

“Una buena estrategia trata de definir cómo ganar. Ha de basarse en 2 o 3 pilares que darán resultados durante años”

IDIOMAS **ES** **EN**

_TEMAS GENERALES

Habilidades de dirección
Liderazgo
Equipos
Motivación y superación
Estrategia y ejecución
Internacionalización

_TEMAS ESPECIFICOS

Planificación
Procesos multinacionales

Bill Derrenger es el consejero delegado de **Clear Channel**, líder mundial en entretenimiento y publicidad exterior y el fundador de **Me2U Media Solutions**, una compañía dedicada a la integración de los valores de las marcas en el contenido y a colocar al anunciante en un lugar de relevancia la hora de crear contenido audiovisual para el mundo *on* y *off line*.

Es un ejecutivo internacional experimentado que demuestra la solidez de su forma de dirigir negocios con hechos y resultados. Así, aplica a su labor sus más de 20 años de experiencia, la mitad como director general y la otra mitad como consultor en la prestigiosa consultora estratégica **Monitor Company** (fundada por Michael Porter de la **Universidad de Harvard**). Su currículum abarca más de diez países y numerosos sectores empresariales.

Además, ha estado involucrado en proyectos de internacionalización como consejero de desarrollo internacional en la consultora, **Improven**.

Derrenger ocupó un papel central en la transformación de una importante multinacional como **Kelloggs** a nivel mundial entre 2005 y 2010. Primero como **Director de**

Estrategia Global y después como **Director General** de dos de sus unidades de negocios más importantes a lo largo de 12 años.

A su vez, ha formado parte del **Comité Ejecutivo** de Kellogg Latin America y Europa. Anteriormente, lideró la integración de las unidades comerciales del grupo PRISA al frente de **PRISA Brand Solutions** en la que gestionaba integralmente más de 60 soportes de comunicación.

En el lado docente Derrenger ha impartido dos programas de marketing en la **Universidad Politécnica de Madrid**. A raíz de su nombramiento como director académico para el máster en consultoría de estrategia de la escuela de negocios líder en Francia, **ESCP**, lanzó un máster para atraer talento a España desde China, Alemania y Francia.

Derrenger ha sido durante años uno de los líderes y referentes del sector del gran consumo y la alimentación en España. De hecho ocupó durante 5 años el cargo de presidente de la patronal **AEFC**; ha sido miembro de la Junta Directiva de la **Fundación Allimentum** y del Consejo de Gobierno de **Promarca**.





BILL DERRENGER

CEO Kelloggs España
(2005-2010).

Experto en
estrategia y
transformación
empresarial

IDIOMAS **ES** **EN**

_Propósito, enfoque y compromiso con las personas

Bill Derrenger ha desarrollado durante años un estilo de liderazgo que se basa en un compromiso con las personas fuera de lo común un modelo de dirección general sencillo pero de alto impacto en los resultados:

Impacto en las personas. Con un propósito claro en la vida, podemos superar cualquier dificultad.

El Amor. El amor es desear el bien. Tenemos que querer a nuestras organizaciones y este sentimiento tiene que ser auténtico.

El Principio de Reciprocidad. La vida te devuelve lo que tu le das. Nuestros equipos también.

La Integridad. La integridad permite la toma de decisiones difíciles y dormir tranquilo por la noche.

La Creación del Entorno. El papel del director general es crear un entorno donde las personas pueden realizar su máximo potencial.

La Ilusión. Trabajamos más de 8 horas al día, 5 días a la semana durante 40 años. El trabajo tiene que formar parte de nuestros sueños o seremos unos miserables.

Enfoque. Pocas cosas, bien hechas, generan resultados excepcionales durante años.

La Ejecución. Un estrategia impecable pero mal ejecutada no sirve para nada. Una estrategia mediocre, ejecutada brillantemente dará resultados excepcionales.

Formó parte del Comité Ejecutivo
de Kellogg Latin America y Europa

Es uno de los líderes y referentes
en el área de gran consumo y
alimentación en España

Ha impartido dos programas de
marketing en la Universidad
Politécnica de Madrid

Sistematización. El éxito como multinacional depende de la capacidad de definir cada elemento de un modelo de negocio exitoso y ejecutarlo a la perfección en diferentes mercados.

Los retos y el cambio. Todas las dificultades que he vivido a nivel empresarial y a nivel personal me han mejorado como persona.