FÉLIX MUÑOZ

Experto en comunicación integrada, planificación estratégica e innovación

"Hay una nueva forma de trabajar la comunicación para sobrevivir: se llama marketing sistémico"

IDIOMAS ES EN

_TEMAS GENERALES

- Habilidades de dirección
- Liderazgo
- Creatividad e innovación
- Marketing y comunicación
- Transformación y tecnología

_TEMAS ESPECÍFICOS

- Marketing sistémico
- Customer experience/gestión de clientes
- Big data
- Gestión de marca
- Branded content
- Transformación digital

Las nuevas tecnologías y el poder de las redes sociales han dejado obsoletas algunas de las formas de comunicarse de las grandes empresas. Consciente de esta situación debido a su larga trayectoria en multinacionales, Felix Muñoz ha creado un nuevo modelo de gestión del marketing y la comunicación que denomina **marketing sistémico.**

Ha acumulado un historial de éxitos **liderando equipos** de hasta un centenar de profesionales y gestionando **presupuestos multimillonarios**. Tras 25 años trabajando en grandes compañías (Coca-Cola, Cepsa, Telefónica y Movistar) y un incomparable historial de éxitos internacionales, es en la actualidad consultor independiente, formador de equipos y directivos y profesor de la IE Business School.

Es un ponente experto en **comunicación, creatividad, innovación, transformación digital, gestión de marca, tecnologías en comunicación y big data**, entre otros temas. Ha impartido más de 120 conferencias, una gran mayoría para profesionales del sector, y es un ponente que cala hondo entre el público debido a su estilo como comunicador y a la claridad y perspicacia de su mensaje.

Presidió la Asociación Española de Anunciantes entre 2006 y 2009 y ha participado en la Asociación de Autocontrol de la Publicidad, donde desarrollo un sistema de control previo de la publicidad llamado *copy advice* y puso en marcha el sello de *confianza online* en Internet.

Cuenta con una docena de reconocimientos profesionales, entre ellos el **Premio a la Trayectoria Profesional en España** otorgado por la Asociación de Anunciantes en 2015, y premios del gran público como el **TP de Oro.** Su campaña para Coca Cola "*Entierro*" recibió 2 leones de bronce en el Festival de Cannes.

En 2013 publicó su primer libro ***La marca de la felicidad***, la historia de la creación de la marca Coca Cola en España y su estrategia para alcanzar el liderazgo.

_BIBLIOGRAFÍA

La marca de la felicidad
60 años de comunicación de Coca Cola en España
LID, 2013

Salvo la composición de su fórmula secreta, este libro desvela todas las incógnitas sobre la estrategia y las acciones de marketing que la compañía ha realizado a lo largo de los años para llegar a vincularse emocionalmente en las personas, además de calmar la sed de los consumidores.

FÉLIX MUÑOZ

Experto en comunicación integrada, planificación estratégica e innovación

IDIOMAS ES EN

Marketing Sistémico: modelo para el éxito de los negocios

Marketing y Comunicación son hoy variables críticas del negocios y marcan la competitividad de las empresas. En los últimos años se han visto afectados por la **crisis** económica, que ha dejado a las empresas con pocos recursos para marketing y ha provocado **cambios en el consumidor**; la **revolución tecnológica**, que ha cambiado la manera de comunicarse de la sociedad, y la acumulación de problemas en el sector publicitario, que ha **restado eficacia** a la gestión de la comunicación.

El Marketing Sistémico es una evolución del marketing tradicional, desarrollada por Félix Muñoz sobre una visión integral y holística de los negocios. Entiende que todas las acciones de una empresa están **interrelacionadas** entre sí. Todas afectan a la percepción de lo que la empresa hace y, por tanto, a sus resultados.

Se basa en cuatro pilares: **conectar** los objetivos de negocio con cada acción, **conocer** a las personas y las maneras de influir en su comportamiento, **crear** una estrategia de comunicación sólida e **integrar** todas las acciones para tener coherencia y ser mucho más eficiente.

Aplicar el Marketing Sistémico significa **transformar** una organización y requiere cambiar los modelos mentales, tener un diagnóstico realista y revisar o elaborar estrategias de comunicación antes de cualquier acción táctica.

Sin renunciar a las **herramientas** clásicas (como publicidad, patrocinios, promociones) sobre las que también ofrece las claves para la excelencia, Félix Muñoz propone **revisar** los procesos de trabajo y cambiar la manera de **gestionar** y dirigir a los equipos y proveedores para **alinearlos** con los objetivos del negocio.

_CONFERENCIAS

_Comunicación: Los secretos de la comunicación y su impacto en los negocios.

_Creatividad: Claves para fomentar la creatividad en los equipos de marketing y comunicación.

_Transformación digital: Cómo gestionar el proceso de adaptación de la empresa al nuevo escenario competitivo provocado por la revolución digital..

_Gestión de marca: El modelo de creación de Marca a aplicar para conseguir unos mejores resultados de negocio.

_Neuromarketing: Cómo entender a las personas y los procesos mentales que provocan sus comportamientos.

_Innovación en marketing: Cómo acelerar la innovación en marketing para mantener la competitividad.

_Big data: Cómo la gestión de los datos puede cambiar dramáticamente la empresa y mejorar los resultados.

_Branded Content: La nueva manera de comunicación que aumenta la eficacia y evita la saturación publicitaria.

_Experiencia de cliente: Dibujar el mapa de contacto de la empresa con sus clientes, para mejorar la relación con ellos y mejorar los resultados de negocio.

_Tecnología en Comunicación y Marketing: Todo lo que la tecnología puede hacer para mejorar los resultados de la empresa a través del Marketing y la Comunicación..