

Jorge Fernández de la Morena
 Nacido en Sevilla, el 20 de Mayo de 1975
 Estado Civil casado, un hijo
 C/ Jupiter 27, bloque A, 3C. 41003 Sevilla
 Telef.: 655 604 397 / 954 416 582
 E-mail: jorge.f.morena@gmail.com
 Carnet de conducir y vehículo propio



DATOS ACADÉMICOS

- Licenciado en Ciencias Empresariales y Marketing, especialidad Marketing. CEADE, Sevilla, 1999.
- Bachelor of science in Business and Marketing, por la Universidad de Gales, 1999.
- Master en Marketing y Comunicación Multimedia, por el Institute for Executive Development, IEDE, Madrid. 2.000.
- Finalista en el campeonato nacional "Marketing Game" de 1999. (único equipo unipersonal).
- Asistencias a numerosos cursos, seminarios y eventos sobre Internet, tecnologías y marketing.
- Auditor interno para sistemas de Gestión de calidad y medioambiente, I+D+I.2005.

TECNOLOGÍA E IDIOMAS

- Buen nivel de inglés escrito, y nivel medio hablado.
- Ofimática. Excelente manejo del paquete Office.
- Diseño. Nivel avanzado de Photoshop, diseño Web con Dreamweaver y FrontPage.
- Experto en Internet, aplicaciones Google, herramientas webmaster, gestores de contenidos.
- Nociones de programación html y SQL.
- Integración de telefonía y SMS con la informática y experiencias del uso de SMS en acciones de Marketing.
- ERP, SAP y Navision.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

GRUPO DIFUSIONES TECNOLÓGICAS DE MERCADO (DTM)

www.grupodtm.com

Grupo editor multimedia de ámbito nacional, especializado en prensa de mercado y en el desarrollo de líneas de negocio y servicios basados en las nuevas tecnologías. Propietario de las revistas y portales Tucasa.com, Cambalache.es, Consejos-e.com, Propietario y El visitante. Cuenta con 17 delegaciones en España.

(02/2006, 01/2009) DIRECTOR DE MARKETING (Integrante del Comité Ejecutivo de Dirección)

Funciones:

- Planificación, definición y ejecución de las estrategias y políticas de marketing del grupo.
- Fijación de objetivos, gestión de presupuestos y desarrollo de las acciones.
- Investigación de mercado y desarrollo de nuevas líneas de negocio.
- Estrategia y acciones SEM, SEO y de fidelización de usuarios de Internet.
- Formación y gestión de la red comercial sobre las ventas de Internet, equipo de 40 comerciales.
- Director de los dptos. de Marketing, Redacción, Call Center, Telemarketing y Atención al Cliente. Responsabilidades directas sobre un equipo de 26 profesionales.
- Relación y negociación con clientes, proveedores y colaboradores, a nivel nacional e internacional.

Logros:

- Posicionamiento del portal tucasa.com como el tercer portal inmobiliario nacional según rankings de: Nielsen Netrating, Alexa o Google Trends for websites.y expansión de Cambalache.es.
- Creación de servicios innovadores en Internet, generadores de ingresos y tráfico.
- Creación de canales de venta directa en la compañía, que han obtenido un 26% de la facturación.
- Cambio en la tendencia a la baja en ventas del Call Center de la revista Cambalache, incrementando la facturación hasta un 11% en 2008.
- Creación del dpto. de telemarketing en la compañía, superación de objetivos de beneficio.
- Expansión de la revista Cambalache a Madrid, Valencia y Baleares.
- Desarrollo de un sistema efectivo de gestión, apoyo y seguimiento de la red comercial de Internet.
- Consolidar la expansión nacional del grupo con acciones de Marketing directo.
- Desarrollo del nuevo portal de la salud Consejos-e.com.
- Caso de éxito para Google a nivel de gestión de Adwords. Invitación a participar en su presentación a medios en Sevilla. 2007. Repercusión (TV, diarios)

(04-2004, 01-2006) GERENTE DE MARKETING(Reportando a Dirección General)

Funciones:

- Elaboración del Plan de Marketing del grupo y acciones (definidos en el apartado anterior).
- Comercialización de Internet (definidos en el apartado anterior).
- Redefinición de todas las políticas de precio, producto y promociones de los medios impresos.
- Desarrollo de imagen corporativa del grupo y organización de eventos.
- Organización, toma de decisiones estratégicas, coordinación, control y evaluación del departamento de atención al cliente de Internet. Responsabilidades sobre un equipo de hasta 6 profesionales.

Logros:

- Creación de ofertas combinadas de Internet y revista claves del éxito en la estrategia comercial.
- Expansión geográfica del grupo, y a nivel de producto.
- Alcanzar objetivos de beneficio del grupo.
- Creación del dpto. Atención al Cliente de Internet para fidelizar clientes y apoyar a la red comercial.
- Ampliación de cartera de clientes, consolidación de las líneas de negocio Online.
- Frenar la desaceleración de ventas de ejemplares de Cambalache, campaña "Listo el que lo lea" Campaña multicanal (TV, cines, autobuses, vallas, radio, internet, marketing directo).

08-2000, 03-2004 Responsable Comercial y de Marketing de la División de Internet

Funciones:

- Gestión, coordinación, desarrollo y comercialización del portal inmobiliario tucasa.com y del portal de anuncios clasificados líder en Andalucía cambalache.es.
- Definición de las líneas de negocio y desarrollo del Plan de Marketing y acciones.
- Desarrollo de material comercial, investigación de mercado, colaboraciones, acciones de marketing directo, comunicación corporativa, campañas publicitarias.
- Dirección comercial sobre el equipo de ventas de la división.
- Responsable de formar y reciclar a los puestos directivos y comerciales del Grupo en Internet.

Logros:

- Inicio de la reconversión de una empresa tradicional a una empresa ".COM"
- Cumplimiento de todos los planes de negocios y presupuestos anuales.
- Creación de productos y estrategia de éxito, bases de la compañía en Internet.
- Creación y ampliación de la cartera de clientes.
- Premio especial a la Mejor campaña "iBest" de Marketing 2002.

INGENIERÍA DE SOFTWARE Y GESTIÓN (ISG),

Sector de soluciones informáticas y telecomunicaciones, implantador de ERP Navision, con sede en Madrid.

(09-1999,06-2000)Asistente a Director de Marketing

Entre las funciones llevadas a cabo destacan: la participación en la elaboración del plan de Marketing, diseño de documentación comercial, acciones de marketing directo, elaboración de bases de datos, plan de viabilidad de nuevas líneas de negocio, creación de ISG Press, notas de prensa, organización de eventos.

OTRAS EXPERIENCIAS PROFESIONALES

- Ponente en seminarios y profesor de cursos de marketing.
 - "Internet una oportunidad real para el sector publicitario" dirigido a las agencias de publicidad y patrocinado por la Asociación de empresas de publicidad de Sevilla.
 - "Tecnología y comunicación en el sector inmobiliario", impartido en salones inmobiliarios.
 - "La Publicidad inmobiliaria del siglo XXI", dirigido a profesionales inmobiliarios.
 - "Curso de marketing en Internet" C.O.A.P.I.
- Consultor de Marketing
Consultor de marketing, especialmente de Marketing Online en empresas de distintos sectores: turismo, eventos, tercera edad, formación, publicidad, etc.