

23-04-09

**Entrevistada: Lic. Gladys Arneri**  
**Directora de Marketing de MK Comunicación Estratégica**

**GS:** La Lic. Gladys Arneri es la Directora de Marketing de la Consultora MK, Marisa Koifman Comunicación Estratégica y ya está con nosotros, hola Gladys, buenas tardes, cómo estás?

**GA:** Cómo estás Gerardo, muchas gracias por invitarme. Para mi es un honor poder estar hoy acá con vos.

**GS:** No, los agradecidos somos nosotros porque nos acompañás en este programa. Vamos a encarar esta charla con una breve descripción de lo que es MK-

**GA:** MK es una consultora especializada en todo lo que tiene que ver con prensa, relaciones públicas y marketing. Nuestro core business es la parte específica de prensa, pero las tres áreas se interrelacionan para brindar estrategias tres sesenta a nuestro clientes.

**GS:** Y hablando de clientes, cuáles son los principales clientes que tienen?

**GA:** Tenemos muchos. Trabajamos para Pernod Ricard, con los productos Mumm, Chivas, Absolut, Tía María, Beefeater, salvo lo que es vinos, trabajamos todas las otras categorías. Trabajamos para Vizora, que es una constructora que tiene emprendimientos inmobiliarios como Mercados del Delta, que lo inauguramos hace muy poquito, que es un shopping al aire libre dentro del puerto de frutos, Trabajamos para los proyectos Zencity, que es un proyecto increíble en Puerto Madero, que es algo como Miami en Buenos Aires, también para Arboris, que es un proyecto de ellos en zona norte. Trabajamos para Dori Media Group, que son desarrolladores de contenidos de telenovelas y sus productos son Champs 12, que es una nueva novela para adolescentes, trabajamos para todo el posicionamiento de Lalola, que ganó el Martín Fierro de Oro y desde hace poco con Amanda O y como cuentas premium que estamos ahora, las más importantes son: Cartier, las joyas, con el Park Hyatt Mendoza y con su producto Master of Forrbes Vines , que es un evento muy importante que se hacen con chefs internacionales, una vez al año, trabajamos para AMEX, Big, las lapiceras, un espectro bastante amplio.

**GS:** Por las cuentas que me comentabas, podemos decir que es una consultora especializada en cuentas premium?

**GA:** En realidad la consultora se origina como una consultora especializada en cuentas premium, de hecho en su momento trabajamos para el desembarco de marcas de Salvatore Ferragamo. Ermenegildo Zegna, Tiffanys, Cartier, para la apertura del Palacio Duahu-Park Hyatt. En realidad en la Av, Alvear trabajamos para casi todas. El tema es que en el transcurso del tiempo las marcas de

consumo masivo del segmento más premium que necesitaban “premiumizarse”, esta es una palabra que me robé de Pernod Ricard, nos empezaron a contactar por esta fortaleza de la consultora que tenía que ver con el nivel de detalles que te exige trabajar con una marca de lujo y el aporte que le pueda hacer a subir un poquito de nivel a esa marca de consumo masivo premium. Es así que como te nombraba y por eso me gustaba hacerte hincapié que vamos desde un Cartier hasta un Big. Hoy cubrimos todas las categorías porque tenemos ese camino hecho.

**GS:** Tu función como Directora de Marketing dentro de la consultora es justamente pertenecer a un equipo interdisciplinario?

**GA:** Esa también es otra de las fortalezas de la Consultora, y es poco lo que hablábamos antes de comenzar el programa, todo lo que tiene que ver con relaciones públicas y comunicación, cada vez se integra más a disciplinas como el marketing para poder llegar de una forma efectiva y con un mensaje que realmente genere impacto en el público objetivo. Estamos hablando de consumidores cada vez en contacto con más medios, con mensajes, que por eso hay que jugar con distintas variables que permitan llegar de una manera efectiva y eficaz. Desde mi área en particular, lo que hacemos es todo lo que tiene que ver con activación de marcas, estrategias de sponsoring, cobrandings, fidelización. En lo que es activaciones de marcas lo que trabajamos muy codo a codo con prensa es generar contenidos creativos que tengan impacto en los medios y que ayuden a posicionar a las marcas. Esa es una y la otra es también generara activación de marca ya directamente del contacto uno a uno, que ahí es con la parte de relaciones públicas con el target objetivo.

**GS:** Claro, porque en realidad dentro de una empresa grande, las áreas de marketing y de comunicaciones, inclusive recursos humanos están separados, pero para muchísimos objetivos tienen que trabajar en conjunto. Entonces ustedes como consultora que asesoran a una empresa tienen que tener también un equipo que puedan llevar adelante todas estas funciones, no?

**GA:** Totalmente.

**GS:** Desde tu posición de Directora de Marketing también te ocupás de vender entre comillas la Consultora.

**GA:** En realidad, a mi más que usar la palabra vender me gusta más usar la palabra posicionamiento de marca, el desarrollo de posicionamiento de marca que justamente intenta vender la consultora y captar más clientes. Dentro de lo que es mi función si, uno de los clientes es la propia consultora, MK Comunicación Estratégica es mi cliente interno y desarrollamos distintas acciones, de hecho en este camino que te comentaba de empezar con todo lo que es premium, desarrollamos hace un año un cobranding con IFOP, que es una empresa investigadora de mercado, y realizamos una investigación del mercado de lujo que nos sirvió como nuestro propio evento de activación de

marca, porque pudimos invitar a muchos gerentes de marketing de distintas empresas y tuvimos un recupero de esa inversión en un centímetro muy interesante de hecho, hace poquito nos llamaron de otra revista, la revista Noticias, porque es un contenido que sigue dando de que hablar y esa es una parte de activación de la marca MK y por otra parte lo que desarrollamos y es muy nuevo es nuestra página web, que le seguimos incorporando contenidos, de hecho ahora estamos trabajando para hacer la sección en inglés. La página es [www.marisakoifman.com.ar](http://www.marisakoifman.com.ar). Dentro de la página hay algunos contenidos que son muy interesantes, que son: primero explica todos nuestros servicios, además de mencionar los clientes menciona casos, hay extractos de casos que es bueno bajarlos poder leerlos, darse ideas, para cuando tengan que hacer un trabajo para la facultad y la parte de novedades con todas las noticias de nuestros clientes, como medio de comunicación de los que hacen nuestros clientes y hay una parte muy interesante que desarrollamos junto con el área de prensa, que hoy se llama gacetilla, pero hoy a la tarde estuvimos hablando para que se llame sala de prensa y es una sección donde el periodista se puede registrar y pueda bajar on line las gacetillas y le estamos agregando que se pueda bajar las fotos de los eventos on line, o sea revisando la problemática que tiene nuestro departamento interno de prensa, de mandar el cd, que no le llega al periodista la foto del evento, desarrollamos esa herramienta.

**GS:** Lógicamente son todas herramientas nuevas que permite la nueva tecnología que hace cinco años atrás no existían.

**GA:** Totalmente, y después también tenemos un newsletter mensual, con novedades, con contenidos para todos aquellos que se registren en la web y para la base de datos de la Consultora. Es otra sección que se llama contacto y que permite anotar y para todos aquellos que estén interesados, también se puede cargar el currículum en oportunidades. Es una página muy completa.

**GS:** Y volviendo a la consultora, cuáles son las fortalezas de MK Comunicación Estratégica?

**GA:** Nosotros siempre decimos que en realidad nuestra Consultora es una consultora boutique, una consultora pequeña, somos aproximadamente veinte personas...

**GS:** Veinte personas no es tan pequeña.

**GA:** Bueno, con tantos departamentos que hay nos quejamos que tenemos mucho trabajo, que somos pocos. Así que para mí es pequeña, pero por suerte que tenemos mucho trabajo. Lo que hace también que sea boutique y que es una ventaja también es el trato personalizado, o sea lo que evalúan nuestros clientes es que tenés un equipo de trabajo y ese equipo de trabajo siempre incluye uno o dos directores, dependiendo si es una cuenta que necesita más una estrategia de prensa o más lo que es activación de marca y ahí estoy yo al frente y como tal siempre hay un director que va a estar atendiendo en el teléfono. O sea, no nos desligamos de la tarea, ni cae todo en ejecutivos y

siempre está la posibilidad de encontrarnos en el teléfono, en el celular, de tener reuniones para ver más estratégicamente la marca, esa es una de las fortalezas. La otra es la que te decía de haber trabajado con marcas premium y el nivel de detalle con que trabajamos para marcas internacionales y la calidad y cantidad de clientes que hoy tenemos con los resultados exitosos, esa también es una fortaleza.

**GS:** Cuántos años hacen que están en el mercado?

**GA:** Aproximadamente cuatro años, es una Consultora nueva, que crecimos mucho, por suerte.

**GS:** Tenés algo que destacar en particular?

**GA:** A mediados de mayo vamos a tener novedades con la marca Chivas, con la que trabajamos. En verano estuvimos con ellos, acompañándolos en el Chivas Estudio en Punta del Este, y bueno, es una marca que se está queriendo reposicionar en un segmento más joven y habrá muchas y muy interesantes novedades que después te las vamos a pasar.

**GS:** Como no, con mucho gusto. Bien, las dos últimas preguntas sobre tu formación y cómo llegaste a la Consultora?

**GA:** Soy Licenciada en Comercialización de la UCES, luego hice variados cursos, como un Plan Ejecutivo de Marketing en el IAE, lo último que estudié fue un postgrado en Planeamiento en Administración Estratégica en la UBA y cursos varios para estar siempre capacitada. Me desarrollé profesionalmente, hace doce años que trabajo, tengo treinta y dos, mi primer trabajo fue en Telefónica de Argentina, donde trabajé cinco años y fue una experiencia laboral muy grata, empecé en la Región Conurbano Noroeste y rápidamente pasé al Área Central a trabajar en promociones para todo lo que es la cadena de retails, después de ahí me fui como Gerenta de Marketing de las Heladerías Pérsicco y allí mi consultora de comunicación, que en ese momento era KB, era una asociación Braulio Bauab y Marisa Koifman, que cuando Marisa se separa y monta su nueva estructura, yo renunció a Pérsicco por distintos motivos y ella me llama a trabajar con ella, hace aproximadamente tres años.

**GS:** Qué lindo desarrollo.

**GA:** Fue muy interesante trabajar en Pérsicco, con las degustaciones de productos, como experiencia, no me puedo quejar, porque todas fueron increíbles y los grupos que trabajé, de hecho hoy me junto con todo el mundo, Pero me gustaba también probar estar del otro lado. Estuve de los dos lados, del lado del cliente y del lado del consultor.

**GS:** Nos alegra mucho que estés contenta, que estén trabajando mucho y bueno. quedamos al aguardo de las novedades que tengan que con mucho gusto vamos a difundir.

**GA:** Dale, perfecto, muchas gracias.

**GS:** No, gracias a vos.