



# NORMAGUADALUPEALCÁNTARAGARCÍA

Mobile & WhatsApp: 55-2678-1503

[norma.algar@gmail.com](mailto:norma.algar@gmail.com)

Gustavo A. Madero, CDMX

[normaalcantara.com](http://normaalcantara.com)

[www.linkedin.com/in/normaalcantara](http://www.linkedin.com/in/normaalcantara)

## DESARROLLO ACADÉMICO:

Lic. en **Comunicación Social**.  
Titulada, **UAM**, 2004

### **Inglés avanzado**

Certificación en **Marketing de  
Contenidos**. IIMN

Professional Diploma in **Digital  
Marketing**.  
Digital Marketing Institute.  
MX-EMA01DM1170514-10987

Certificación en **Google  
AdWords**.

Diplomado en **Estrategias de e-  
Marketing**. Instituto de e-  
Marketing México.

Diplomado en **Web Master  
Designed**. Aula virtual.

Redes **Redes Sociales para  
Negocios**. Mexired

Manejo de **Crisis en Redes  
Sociales** Mexired

Posicionamiento Google (**SEO**)  
Mexired

**Google Analytics** con perfil  
Marketing. Códice

## Lic. En Comunicación Social / Experta en Marketing Digital

Profesional con más de 13 años de sólida experiencia en medios digitales, ocupando posiciones clave durante el desarrollo del Marketing Digital en México.

Especializada en estrategias digitales que generen valor y experiencias premium para el consumidor bajo un esquema de omnicanalidad, siempre orientada al ROI.

El desarrollo de habilidades como la creatividad, liderazgo, análisis, solución de problemas, enfoque a resultados, visión de negocios, trabajo en equipo y la capacidad de trabajar bajo presión me han permitido diseñar e implementar estrategias digitales para empresas nacionales e internacionales líderes en el mercado.

En mi paso por TV Azteca, Ticketmaster, Prodigy y Nike me he especializado en entregar resultados sobre objetivos de negocio para el incremento de las ventas tanto en tiendas físicas como en e-commerce.

### ACTIVIDAD DOCENTE:

**Instituto de eMarketing México. 2018 – Actual.**

Instructora del curso y diplomado: [Estrategias de Marketing de Contenidos](#)

### EXPERIENCIA PROFESIONAL:

**Diferentes empresas. [Digital Marketing Consultant](#). Jun 2019 – Actual.**

Ayudo a empresas B2B y B2C a desarrollar e implementar estrategias digitales que las ayuden a alcanzar sus objetivos de negocio.

### Principales logros:

Líder de la estrategia digital para Vocollect Solution de Honeywell en netLogistiK en donde:

- Desarrollé una estrategia de Marketing de Contenidos para generar 20 leads 100% calificados para asistir a una comida VIP para presentar la solución de voz, 3 de ellos ya se encuentran dentro de un proceso comercial.
- A través de una campaña en LinkedIn de 3 días generé 9 leads 100% calificados para la solución con un costo por lead de menos de 10 USD.

**Nike. [Digital Brand Coordinator](#). May 2018 – Jul 2019.**

Responsable de crear experiencias disruptivas para llevar a los consumidores de las propiedades digitales de la empresa a tiendas y/o eventos y viceversa. A cargo del diseño y coordinación de experiencias exclusivas para los top members de Nike+ y de implementar acciones para incentivar la suscripción de nuevos miembros.

### **Principales logros:**

- Diseñé una estrategia digital para acercar a los fans de la serie de Netflix Stranger Things a la nueva colección de la marca, en la que por medio de una dinámica podían conocer la colección y reservar su par en línea para después vivir una experiencia exclusiva en la tienda física. Todos los pares asignados a esta dinámica fueron reservados en menos de 10 min.
- Desarrolle y ejecuté un plan de lealtad para recompensar a los miembros más leales de nike.com con experiencias únicas y disruptivas durante la campaña de Mexico City Department, además, incrementé en un 40% el número de nuevos miembros con respecto al año pasado.
- Organicé y coordiné la campaña “Culture of Basketball” la cual por primera vez se desarrolló en 2017 en México, teniendo excelente aceptación en el público, lo que generó repetir el evento en 2018.

### **Nike. Digital Coordinator. Jun 2016 - May 2018**

Responsable de crear la estrategia digital y de OOH de la categoría Sportswear (estilo de vida) incluyendo roadmap, KPIs, manejo de presupuesto, key partnerships estrategia con influencers, etc. Definición y coordinación de la operación day-to-day con las agencias creativas y Community Manager.

### **Principales logros:**

- Desarrollé y ejecuté la estrategia digital para “Air Max Day 2017 y 2018”, el evento más importante de la categoría, apegándome a los objetivos, presupuestos y tiempos planeados a nivel área, logrando contribuir al logro del objetivo de ventas y engagement.
- Desarrollé e implementé el envío del “sneaker news” un newsletter mensual dirigido a fans de la categoría, cuyo objetivo era dar a conocer los nuevos lanzamientos.
- Implementé el uso de formatos disruptivos para la promoción de los nuevos lanzamientos en redes sociales, con partnerships e influencers lo que me permitió elevar el nivel de engagement en un 30% y aumentar el tráfico al sitio web en un 40%.

### **WSI Effective Web. Coordinador de Marketing Digital. Jun 2014 – Jun 2016**

Responsable de la elaboración de todas las estrategias digitales para los clientes B2B y B2C de la agencia, líder de un equipo de trabajo de 5 personas encargado de la implementación de las acciones digitales. Seguimiento puntual de resultados para la optimización y mejora de las estrategias y manejo del presupuesto.

### **Principales logros:**

- Coordiné la implementación de nuevos servicios digitales en el portafolios de la empresa con el objetivo de diseñar estrategias más completas para los clientes, dichas acciones incrementaron en un 50% la facturación de la empresa y nos ayudaron a atraer nuevos clientes.
- Desarrollé una estrategia digital para promover los servicios de The Barber Spa a través de un concurso en redes sociales el cuál tuvo una gran aceptación y un alcance 100% orgánico de más de 150K personas.
- Capacité al personal creativo de nuevo ingreso, para lograr su adecuada integración a la empresa, siguiendo con las buenas prácticas del negocio y repercutiendo en la rotación del equipo.

### **Empresas Varias. Consultor independiente de Marketing Digital. Abr. 2012–May. 2014.**

Diseñé e implementé estrategias digitales para diferentes compañías, principalmente Pymes, incluyendo: Estrategias en redes sociales, community management, desarrollo de conceptos creativos para sitios web y aplicaciones móviles, estrategias de marketing de contenidos, SEO y SEM.

### **GMS/Prodigy MSN. Account Manager. Abr. 2011 – Mar. 2012**

Responsable de la implementación, seguimiento, optimización y reporte de todas las campañas de display dentro de las propiedades digitales de Prodigy MSN (sitios web, Hotmail, Messenger). Entre los clientes con los que trabajé destacan: Fiesta Americana, Camino Real, ETN, La Chilanguita, Slim Center, Viva Arerobús, Dristroller, entre otras.

#### **Principales logros:**

- Lideré la implementación de una campaña (take over) para Fiesta Americana, logrando duplicar las visitas al sitio web y un impacto en ventas. Este proyecto requirió coordinar al equipo del Prodigy y de Fiesta Americana y lograr un entendimiento total de los requerimientos y restricciones, siendo esta la primera campaña de esa magnitud del Sales House (Unidad de Negocios) de la empresa.

#### **Ticketmaster México. Coordinador de contenido web y Community Manager. Ene. 2009–Abr. 2011.**

Estuve a cargo de la actualización de todos los contenidos del sitio web de Ticketmaster México, fui la primer community manager de la historia de la compañía y lideré diversos proyectos de Marketing Digital que tenían por objetivo incrementar el tráfico al sitio web, el ticket promedio y el engagement.

#### **Principales logros:**

- Diseñé la primera estrategia social en la historia de la compañía basada en ofrecer contenido de valor para los consumidores antes, durante y después de la compra de sus boletos. Esa estrategia me permitió incrementar el número de seguidores de 0 a +500K en Facebook y de 0 a +300K en Twitter de manera 100% orgánica.
- Diseñé un formato para incluir más información en los eventos dentro del sitio web enfocado a disminuir el número de preguntas sobre la logística de los eventos. Esta información contribuyó a disminuir en un 40% el número de consultas por parte de los consumidores antes de la compra.
- Realicé la planeación y la implementación del primer rally virtual de Ticketmaster, teniendo como objetivos principales incentivar la venta de boletos y generar engagement entre los consumidores como parte de un programa de lealtad. Los resultados fueron muy favorecedores ya que se obtuvo el doble de los registros esperados.

#### **TV Azteca. Coordinador de contenido web. Abr. 2005–Ene. 2009.**

Estuve a cargo de la actualización del contenido de diversos sitios web así como de la generación y entrega de contenido para descarga en teléfonos móviles.

#### **Principales logros:**

- Incrementé en un 30% el número de descargas de contenido a dispositivos móviles.
- Coordiné la creación del primer canal de YouTube de Azteca América, logrando una gran aceptación y convirtiéndose en el referente para la creación de otros canales. Para generar tráfico, implementé una estrategia en Hi5.