



Provident

VANESSA FRANCO

DIRECTOR DE MARKETING

Desde los inicios de su carrera, Vanessa ha encontrado en el marketing y la comunicación una fascinación particular por su capacidad de conectar a las personas con productos y servicios que pueden mejorar sus vidas. “La creatividad involucrada en desarrollar campañas y estrategias que resuenen con la audiencia siempre ha sido una gran motivación para mí”, comenta, dejando claro que la innovación es una constante en su enfoque profesional.

Uno de los logros más notables de Vanessa es su participación en el lanzamiento e integración de productos revolucionarios que han cambiado la manera en que consumimos entretenimiento y tecnología. Entre ellos, destaca su trabajo con Netflix y el servicio Anytime de Totalplay, que ofreció una solución integral para el consumo de contenido en tiempo real y bajo demanda.

Para Vanessa, las habilidades fundamentales para tener éxito en la industria del marketing incluyen la creatividad, el pensamiento analítico y la tolerancia a la frustración. La rapidez con la que cambian las plataformas digitales y las expectativas de los consumidores son algunos de los mayores retos que ha enfrentado, pero ha sabido sortearlos manteniéndose actualizada con las últimas tendencias y tecnologías. “Me aseguro de participar regularmente en conferencias y seminarios

del sector, así como de seguir blogs y publicaciones especializadas”, explica, subrayando la importancia del aprendizaje continuo y el networking.

En cuanto al futuro de la comunicación en marketing, Vanessa visualiza una integración aún más estrecha entre marketing y comunicación, donde ambas disciplinas colaborarán para crear experiencias de marca consistentes y centradas en el cliente. A medida que los consumidores demandan experiencias más personalizadas, uno de los mayores retos en los próximos cinco años será utilizar los datos de manera ética y efectiva para ofrecer mensajes altamente personalizados sin invadir la privacidad de los usuarios. Además, la competencia por captar y mantener la atención del consumidor será cada vez más intensa en un entorno saturado de contenido.

En su visión, el marketing de contenidos, la automatización y el uso de la inteligencia artificial, el video marketing y el marketing omnicanal son las tendencias actuales más importantes en la comunicación de marketing. ■



“LA CREATIVIDAD INVOLUCRADA EN DESARROLLAR CAMPAÑAS Y ESTRATEGIAS QUE RESUENEN CON LA AUDIENCIA SIEMPRE HA SIDO UNA GRAN MOTIVACIÓN PARA MÍ”