

La división comercial de Vocento presenta una nueva organización enfocada a potenciar sus marcas

Madrid, 19 de septiembre de 2017.- CMVocento, la comercializadora de los medios de Vocento y soportes asociados, presenta una nueva organización comercial enfocada a potenciar sus marcas. Lo hace con el objetivo de proponer al mercado productos comerciales innovadores, mejorar el servicio a los clientes y maximizar la eficiencia comercial y la proactividad de los equipos.

La nueva estructura *bimedia* está formada por dos direcciones comerciales verticales (marcas de prensa y marcas de revistas), una dirección de nueva creación de estrategia comercial, gestión y tecnología; y dos direcciones transversales (Grandes Cuentas y Marketing).

Jesús Carrera se incorporó a Vocento, el pasado 1 de septiembre, para asumir la Dirección Comercial de Estrategia y Gestión Comercial. El fin es desarrollar e impulsar nuevas estrategias de comercialización, Big Data y modelos de monetización en Internet, reforzando el proceso de transformación digital del departamento comercial de Vocento y de la optimización de los resultados digitales.

La dirección Comercial de Prensa estará dirigida por **Carlos Álvarez**, responsable de la comercialización on y off line de ABC, los diarios regionales de Vocento y El Economista. El propósito de esta área es profundizar en el conocimiento de los contenidos y las audiencias de cada producto, que permiten ofrecer soluciones para cada una de las marcas.

Por su parte, **Liliana Maguregui**, desde la Dirección Comercial del Área de Revistas, dirigirá la comercialización *bimedia* de XLSemanal, Mujerhoy, INVERSIÓN & Finanzas.com, Código Único, Europa y Corazón Tve, además de los portales verticales.

Alfredo Jiménez-Millas, Director Comercial de Nuevas Negocios y Grandes Cuentas, continúa al frente de las acciones multimedia de la compañía con el objetivo de profundizar en la estrategia de nuevos modelos comerciales orientados a favorecer la comunicación con clientes y anunciantes.

Por último, la Dirección de Marketing y Branded Content, transversal a todas las áreas, sigue a cargo de **Juan Hevia-Aza**, encargado de definir la estrategia publicitaria de las marcas y de seguir con el desarrollo de Content Factory, la unidad de contenidos de CMVOCENTO clave en el crecimiento de la compañía.

Esta nueva estructura comercial, dependiendo del Director General, **Rafael Martínez de Vega**, integra todas las marcas bajo direcciones comerciales *bimedia* y pone el foco en la estrategia digital para continuar buscando las óptimas soluciones comerciales a agencias y anunciantes.