



IRAÍ S GÓMEZ CORIA

DATOS PERSONALES



Condominios Marco Antonio Muñoz
Ed.2, Dpto. 1, Col. Benito Juárez.
C.P. 91070, Xalapa, Veracruz.



228 988 38 21



lcccoria@hotmail.com

SOCIAL



irais.coria



IRAÍ S GÓMEZ CORIA

PERFIL

Me considero una persona analítica con grandes habilidades sociales, de comunicación asertiva, con actitud de servicio e iniciativa y con capacidad para dirigir de manera productiva a personal o grupos de trabajo; totalmente comprometida, responsable y creativa, que ha encontrado en la publicidad, relaciones públicas y mercadotecnia su pasión de vida. Ocupada siempre de aprender, compartir experiencias y conocimientos.

FORMACIÓN ACADÉMICA



- **Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**
UNIVERSIDAD DEL VALLE DE ORIZABA 1992 | 1997
- **Diplomado en Mercadotecnia**
INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY.
CAMPUS VERACRUZ. 2000
- **Maestría en Comunicación Corporativa y Mercadotecnia**
UNIVERSIDAD ANÁHUAC DE XALAPA 2003 | 2006
- **Certificación en ejecución de sesiones de coaching con base en ECO204. Folio 5219118**
CONSEJO NACIONAL DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS
LABORALES 2018

EXPERIENCIA PROFESIONAL



- **Publirelacionista de Café Carmelita, Café Kia Fey Karbrillant y Carnicerías Addtul** 2018
 - Curso de capacitación de servicio al cliente al personal de las tres empresas con el que se logró concientizar a los colaboradores de la importancia de dar una atención de excelencia.
 - Coordinación y logística de degustaciones de café y productos como arrachera en 3 puntos de venta.
 - Coordinación y gestión para la participación de Café Carmelita y Kia Fey Karbrillant en "la hora del café" organizada con la Dirección de Turismo Municipal de Xalapa logrando 200 degustaciones en una hora.
 - Creación de empaques y exhibidores de producto para puntos de venta unificando la identidad corporativa en colaboración con el departamento creativo.
 - Creación de manuales de identidad corporativa de las tres marcas a fin de crear una imagen fuerte y duradera en colaboración con el departamento creativo.
 - Creación de brochures de ventas para Café Carmelita, Kia Fey Karbrillant y Carnicerías Addtul en colaboración con el departamento creativo.
 - Planeación estratégica de redes sociales para las 3 marcas incluyendo GIFS y videos en coordinación con el área creativa y con el community manager.
 - Conceptualización de diseños para redes sociales en coordinación con el departamento creativo.
- **Carrera Correr es Pura Vida 2017. Grupo Empresarial CASMO** 2017
 - Organización y convocatoria para rueda de prensa a medios en coordinación con el equipo organizador dando como resultado la asistencia de más de 20 medios de comunicación de Xalapa y la región.
 - Creación de imagen publicitaria para la carrera Correr es Pura Vida 2017 en Alto Lucero, Veracruz en coordinación con el área creativa con una asistencia de 600 participantes en 5 y 10 km.
- **Campaña de BTL Residencial Paseo de la Reina** 2016 | 2017
 - Planeación, coordinación, ejecución y control de activaciones en Cinépolis VIP Plaza Las Américas Xalapa donde se logró una base de datos de 300 clientes potenciales en un periodo de 3 semanas y concretándose 3 negociaciones.
 - Planeación y ejecución de activación en la Carrera Color Run organizada por el Colegio Las Hayas donde el Residencial fungió como patrocinador oficial. Se colocó un estand donde se activó obsequiando a los participantes y espectadores material promocional con la marca.
 - Planeación y organización de activación para el "Día de la Madre" mediante una clase muestra de pilates al aire libre en las áreas verdes del residencial con una asistencia de 50 mujeres a fin de conocer las ventajas competitivas que ofrece el fraccionamiento.
 - Planeación, organización y ejecución de activaciones en restaurantes reconocidos de la ciudad donde se obsequiaron 1,500 artículos promocionales con la marca en fechas importantes como 14 de febrero, Día de la Madre, Día del Padre.
- **Campaña de ATL Residencial Paseo de la Reina** 2016
 - Planeación, estrategia y ejecución de campaña de medios (espectaculares, medallones en autobuses) cuyo objetivo era vincular a la marca con aspectos emocionales como familia, hogar, convivencia, construcción de sueños.



IRAÍS GÓMEZ CORIA

COMPETENCIAS

Líder nata	● ● ● ● ● ● ● ●
Creatividad	● ● ● ● ● ● ● ●
Organización	● ● ● ● ● ● ● ●
Comunicación	● ● ● ● ● ● ● ●
Emprendedora	● ● ● ● ● ● ● ●
Capacitación	● ● ● ● ● ● ● ●
Habilidad de negociación	● ● ● ● ● ● ● ●
Planificación estratégica	● ● ● ● ● ● ● ●
Toma de decisiones	● ● ● ● ● ● ● ●
Conceptualización y desarrollo de ideas	● ● ● ● ● ● ● ●
Previsión y solución de conflictos	● ● ● ● ● ● ● ●
Búsqueda y análisis de información	● ● ● ● ● ● ● ●
Coordinación y seguimiento de proyectos	● ● ● ● ● ● ● ●

● *Diseño de interiores.* República de Xalapa

2015

- Remodelación interna y cambio de imagen del concepto como estrategia de merchandising en coordinación con un equipo de arquitectos y diseñadores. En el opening se tuvo audiencia de aproximadamente 3,000 personas y se ha mantenido como uno de los lugares más concurridos por su público objetivo.

● *Propaganda política.* Campaña a Diputada Federal Noemí Guzmán por Distrito IX Coatepec (PRI)

2015

- Impresión de 20 mil separadores de libros, 20 mil pulseras bordadas, 15 mil trípticos, 5 mil libretas multiusos, 1 botarga, 2 muros plegables, 20 mil etiquetas para ventanales de casas y 10 mil viniles microperforados para autos. (subcontratación de proveedores).

● *Programa de Relaciones Públicas.* Restaurantes Shintai Xalapa

2013

- Programa de relaciones públicas para hacer convenios con descuentos a los trabajadores de Gobierno Municipal, Gobierno Estatal y Universidades particulares de Xalapa.

● *Campaña ATL, CRM y BTL.* Live Casino Xalapa

2013 | 2014

- **ATL:** Planeación de estrategia de medios y ejecución a través de diferentes medios masivos como radio, espectaculares, publicidad en plumas de estacionamientos y publicidad en taxis cuyo objetivo fue dar a conocer el casino como el único que ofrecía juego en vivo en la ciudad. Incremento de clientes frecuentes de 200 a 400 diarios.
- **CRM:** Identificación de los clientes frecuentes mediante la base de datos de la empresa y se implementó la estrategia de obsequiarles un trébol de la suerte (de bolsillo) logrando que la identificación con la marca.
- **BTL:** Planeación, organización y ejecución de activaciones en semáforos y lugares estratégicos de la ciudad donde se presentaba un pequeño show tipo Las Vegas haciendo referencia al juego en vivo y activando con material promocional (flyers) a los transeúntes y/o automovilistas. Incremento de clientes en un 10%.

● *Propaganda política.* Campaña a Senador de la República José Yunes Zorrilla (PRI)

2012

- Creación del concepto de una libreta multiusos diseñada especialmente para jóvenes de 18 a 25 años con la cual se identificaran por el diseño innovador, fuera de gran utilidad y permitiera el posicionamiento del candidato.
- Impresión de 5,000 libretas que fueron distribuidas en el Estado de Veracruz (subcontratación de imprenta).

● *Cliente frecuente.* Restaurante La Gavia Xalapa

2011

- Planeación y estrategia para la implementación de tarjetas de cliente frecuente con lo que se logró aumentar el consumo en desayunos en un 10% en un lapso de 6 meses.

● *Tour nacional back to school.* Apple México

2011

- Coordinación de grupos de trabajo para la recopilación de bases de datos de 15 mil estudiantes de nivel superior en universidades particulares (Universidad de Las Américas Puebla, Universidad Iberoamericana Puebla, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey campus Puebla, Universidad Anáhuac de Xalapa y Universidad Veracruzana campus Xalapa).
- Recopilación de testigos visuales y audiovisuales y envío diario de reportes.

PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTAR:
<https://lcccoria.wixsite.com/iraiscoria>