



## Portafolio de Eventos



# Partner Summit

• Cliente:



• Características evento:

*Tipo de evento:*

*Relacionamiento a canales.*

*Lugar:*

*Bar Kinky.*

*No. Asistentes:*

*212 Partners.*

*Cubrimiento y fecha:*

*Bogotá, Colombia 9 de diciembre de 2015.*

• **Desafío:** *Crear un espacio creativo y diferente, que atraiga y convoque a este grupo objetivo a asistir a un evento de Fortinet.*

• **Estrategia:** *Crear espacios de relacionamiento donde el equipo de Fortinet podrá tener la oportunidad de compartir de una forma más íntima con sus canales, mayoristas y partners.*











# Red Hat Forum

- **Ciente:**



- **Características evento:**

*Tipo de evento:*

*Generación de demanda y muestra comercial.*

*Lugar:*

*Hotel JW Marriott.*

*No. Asistentes:*

*473, de los cuales 270 eran clientes*

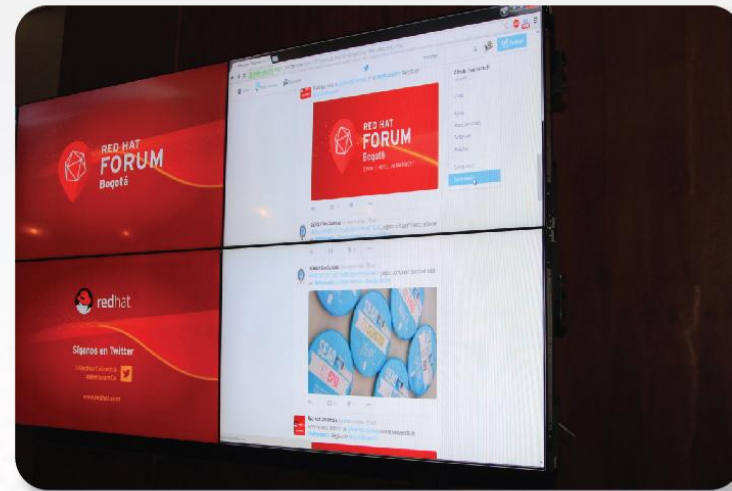
*Cubrimiento y fecha:*

*Bogotá, Colombia 05 de noviembre de 2015.*

- **Desafío:** *A través de uso de sofisticados elementos tecnológicos en todos los momentos del evento, mostrar la innovación y liderazgo tecnológico de Red Hat.*

- **Estrategia:** *Crear un espacio de relacionamiento en el cual Red Hat pudiera dar a conocer los avances de sus soluciones en compañía de sus Partners, mezclado con jornadas académicas de profundización de los temas.*









# BT Producto

• Cliente:



• Características evento:

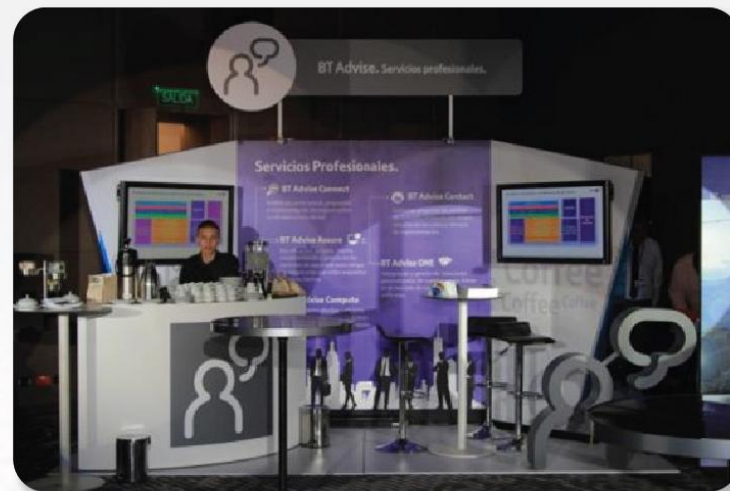
Tipo de evento:	Lanzamiento de producto.
Lugar:	Hotel W.
No. Asistentes:	92
Cubrimiento y fecha:	Bogotá, Colombia 22 de octubre de 2015

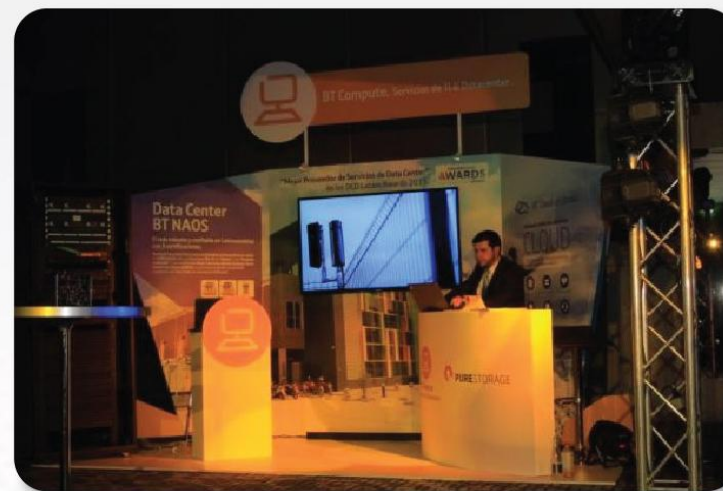
• Desafío: Promocionar y dar a conocer el portafolio de servicios de BT.

• Estrategia: Brindar un espacio para que los clientes y prospectos conozcan, interactúen y evidencien los servicios y productos de las diferentes familias de BT.











# SAP HealthCare

• Cliente:



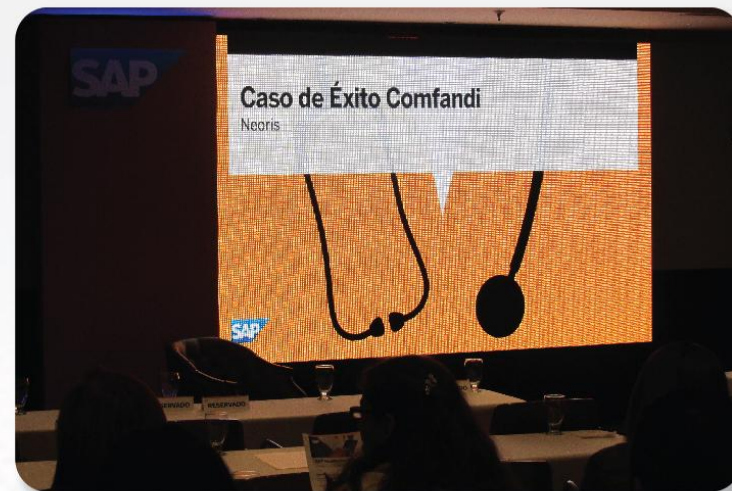
• **Características evento:**

<i>Tipo de evento:</i>	<i>Generación de demanda y muestra comercial.</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Hotel La Fontana.</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>39</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Bogotá, Colombia 20 de octubre de 2015.</i>

• **Desafío:** *En SAP Healthcare Day daremos un vistazo a la actualidad de la industria gracias a la interacción con el equipo de liderazgo y conferencistas de SAP para las organizaciones de salud.*

• **Estrategia:** *Crear un espacio de relacionamiento en el cual SAP pudiera dar a conocer los avances de sus soluciones en el sector de la salud, mezclado con jornadas académicas y expertos en estas soluciones.*









# SAS Convención

• Cliente:



- **Características evento:**
- |                             |   |
|-----------------------------|---|
| <i>Tipo de evento:</i>      | <i>Generación de demanda y muestra comercial.</i> |
| <i>Lugar:</i>               | <i>Hotel W.</i>                                   |
| <i>No. Asistentes:</i>      | <i>176</i>  |
| <i>Cubrimiento y fecha:</i> | <i>Bogotá, Colombia 28 de Julio de 2015.</i>      |

- **Desafío:** *Posicionar la Convención de Analítica de SAS como el evento más destacado de la industria, donde se exploraran los temas más relevantes de la analítica a nivel mundial.*

*Esta convención solo es posible gracias a SAS, líder reconocido en analítica empresarial.*

- **Estrategia:** *Ofrecer a los asistentes un espacio donde puedan a través de un taller dirigido analizar en qué nivel de madurez esta su analítica empresarial y así mismo qué debe hacer para pasar al siguiente nivel, esta información sin duda será de valor para los asistentes y sus negocios.*











# Asobancaria 2015

• Cliente:



- **Características evento:**

<i>Tipo de evento:</i>	<i>Relacionamiento a clientes.</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Hotel Santa Teresa, Cartagena de Indias - Colombia.</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>Una asistencia general del 62% de los contactos invitados y el 74% de las empresas convocadas.</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Cartagena, Colombia 17 de junio de 2015.</i>
- **Desafío:** *Reafirmar a los clientes VIP de las cuentas estratégicas de la marca, que Experian es un aliado estratégico para sus compañías, dentro del marco de Asobancaria.*
- **Estrategia:** *Crear un espacio diferente y relajado, que permita un relacionamiento único con los VIP de sus cuentas estratégicas.*









# Symantec Vision 2014

• Cliente:



- **Características evento:**
- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| <i>Tipo de evento:</i>      | <i>Generación de demanda y muestra comercial</i> |
| <i>Lugar:</i>               | <i>Centro Empresarial El Cubo</i>                |
| <i>No. Asistentes:</i>      | <i>260</i>                                       |
| <i>Cubrimiento y fecha:</i> | <i>Bogotá, Colombia 25 de Noviembre, 2014</i>    |

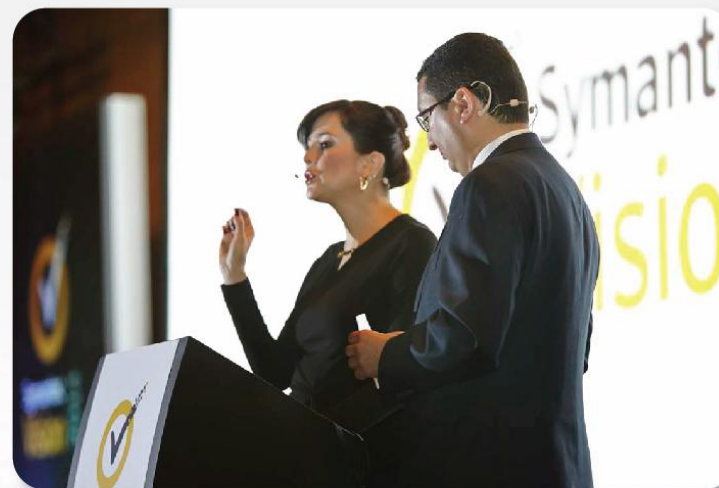
- **Desafío:** *Convocar a los tomadores de decisión e influenciadores del área de tecnología para dar a conocer las soluciones que tiene Symantec para este mercado y cómo impacta dentro del mismo. La agencia era responsable de todas las fases de ejecución del proyecto (Diseño, presupuesto, producción, cronograma, ejecución y logística).*

- **Estrategia:** *Crear un espacio de relacionamiento de un día de duración en el cual Symantec a través de diferentes momentos (académicos, zona comercial, interactivos) pudiera dar a conocer los avances de sus soluciones dentro de los asistentes al evento. Al cierre del evento se desarrolló un coctel para Partners.*











# Lanzamiento Data Center BT

• Cliente:



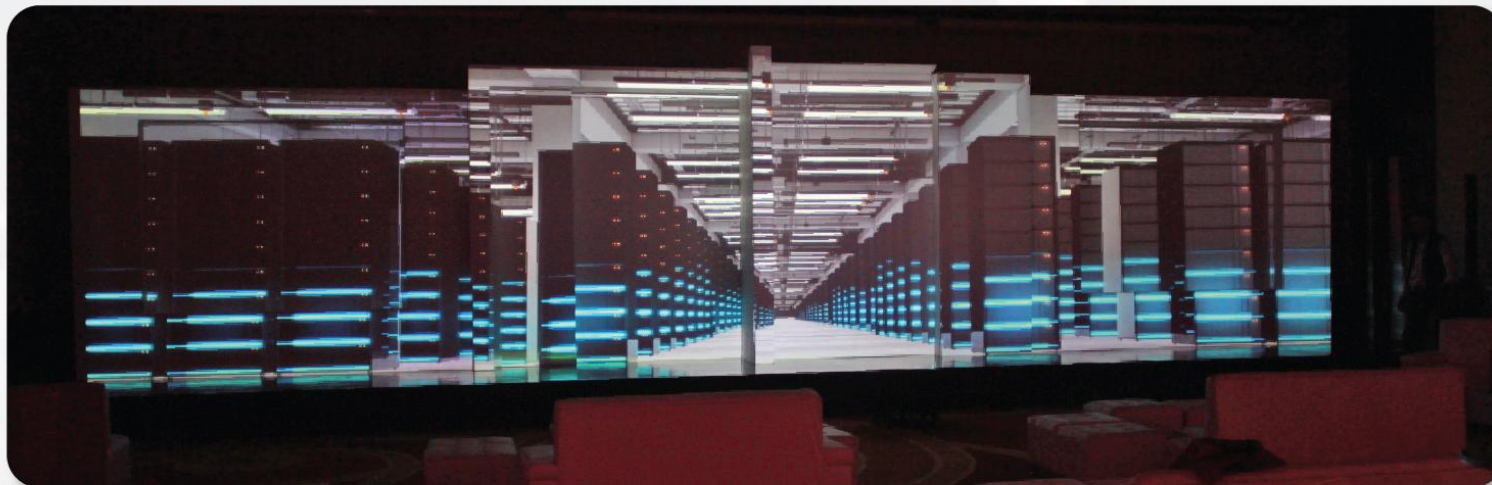
• **Características evento:**

<i>Tipo de evento:</i>	<i>Relacionamiento VIP</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Hotel Hilton</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>198</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Bogotá, Colombia 28 de Octubre, 2014</i>

• **Desafío:** *Generar un relacionamiento de alto nivel con los VP's de las áreas de tecnología, financiero y administrativo para dar a conocer de una manera innovadora y tecnológica el nuevo Data Center NAOS de BT único Tier IV en el país. Se contó con un conversatorio moderado por Mauricio Rodriguez en el cual participó el Ministro de Telecomunicaciones Diego Molano, en representación BT estuvo Luis Álvarez CEO British Telecom Global.*

• **Estrategia:** *Invitamos al grupo objetivo a un evento de alto nivel con un componente tecnológico alto tipo mapping para dar a conocer el Data Center, adicional, se contó con un cierre musical a Cargo de Jorge Celedón.*









# SAP para el Sector Salud ¡Viva el Futuro Hoy!

• Cliente:



- **Características evento:**
- |                      |   |
|----------------------|---|
| Tipo de evento:      | SAP para el Sector Salud ¡Viva el Futuro Hoy! |
| Lugar:               | Gun Club Bogotá                               |
| No. Asistentes:      | 55  |
| Cubrimiento y fecha: | Bogotá, Colombia 28 de Octubre, 2014          |

- **Desafío:** Convocar a los clientes del sector salud y cajas de compensación para dar a conocer las soluciones analíticas que tiene SAP para este mercado y cómo impacta dentro del mismo.

*La agencia era responsable de todas las fases de ejecución del proyecto (Diseño, presupuesto, producción, cronograma, ejecución y logística).*

- **Estrategia:** Crear un espacio de relacionamiento en el cual SAP pudiera dar a conocer los avances de sus soluciones en compañía de un panel de expertos encabezado por el Dr. Juan Carlos Giraldo Valencia – Presidente de la Asociación Colombiana de Hospitales y Clínicas de Colombia.











# Patrocinio Gold Summit Claro 2014

- Cliente:



- Características evento:

Tipo de evento:

SAP CXO 2014 - Generación de demanda y muestra comercial

Lugar:

Hotel Casa Dann Carlton Bogotá – Hotel las Américas Cartagena

No. Asistentes:

200

Cubrimiento y fecha:

Bogotá 15, 16 y 17 de Octubre, Cartagena 29, 30 y 31 de Octubre 2014

- **Desafío:** Tener un concepto creativo de impacto para que los asistentes a la feria quieran ir a nuestro stand. Algo que los saque del contexto tecnológico y aburrido pero alineado a lo que estamos impulsando.

*La agencia era responsable de todas las fases de ejecución del proyecto (Diseño, presupuesto, producción, cronograma, ejecución y logística).*

- **Estrategia:** Generamos una serie de actividades innovadoras relacionadas con el concepto de campaña el Tamaño no importa para ofrecer las soluciones de Big Data que tiene el cliente, que lograron que las personas se sintieran motivadas para participar y acercarse al Stand, entrega de cocteles, algodones, premios novedosos.









# SAP CXO 2014

• Cliente:



- **Características evento:**
- |                      |  |
|----------------------|--|
| Tipo de evento:      | SAP CXO 2014 - Generación de demanda y muestra comercial |
| Lugar:               | Centro de Convenciones Torre AR Bogotá                   |
| No. Asistentes:      | 200  |
| Cubrimiento y fecha: | Bogotá, Colombia 28 de Agosto, 2014                      |

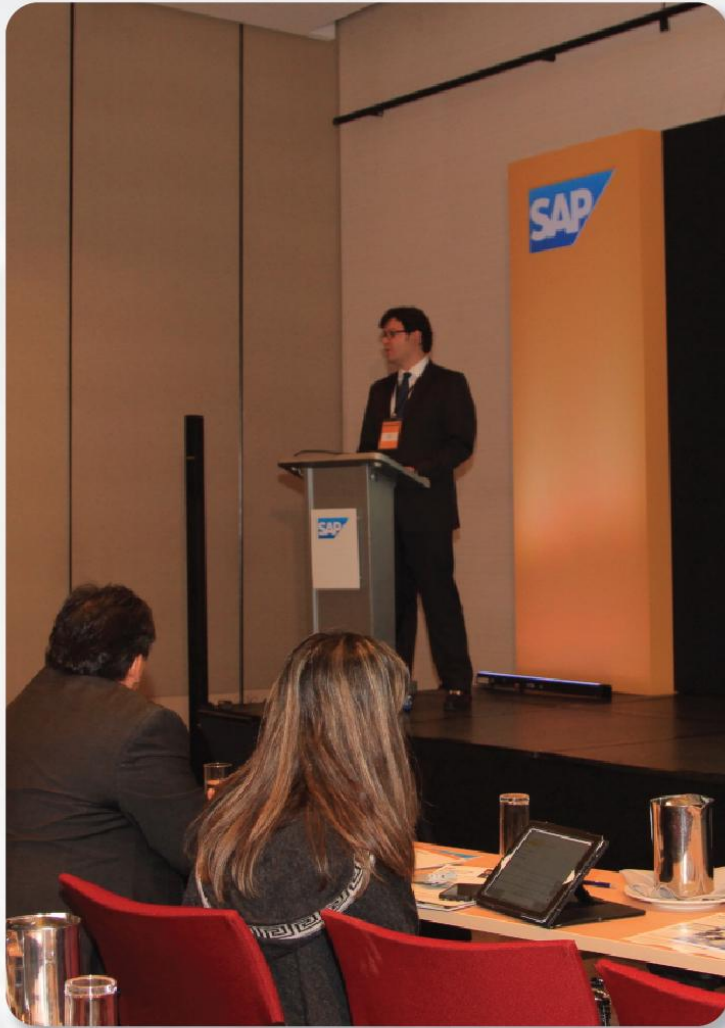
- **Desafío:** *Convocar a los Gerentes de Mercadeo y Recursos Humanos de Colombia para dar a conocer las soluciones y tendencias tecnológicas que tiene SAP este nuevo año para estos perfiles y cómo impacta dentro del mismo.*

*La agencia era responsable de todas las fases de ejecución del proyecto (Diseño, presupuesto, producción, cronograma, ejecución y logística).*

- **Estrategia:** *Crear un showfloor completo que contaba con tracks por perfiles de asistentes, muestra comercial y un stand up comedy con Antonio Sanint a través de las cuales SAP pudiera dar a conocer los avances de sus soluciones en compañía de un panel de expertos encabezado por el Señor Doris Sims Guru en Recursos Humanos y Howard Moskowitz Guru en Mercadeo y Tim Walsh Global SAP for Customer. Este evento contó con una pieza de correo directo innovadora como parte de la campaña de convocatoria para el evento, la cual fue determinante para la excelente participación y asistencia del perfil convocado.*











# SAP Forum 2014 ¡Viva el Futuro de los negocios!

• Cliente:



• **Características evento:**

Tipo de evento:	SAP Forum 2014 ¡Viva el Futuro de los negocios!
Lugar:	Centro Empresarial el Cubo Colsubsidio Bogotá
No. Asistentes:	1300
Cubrimiento y fecha:	Bogotá, Colombia 12 de Marzo, 2014

• **Desafío:** *Convocar a los c-level de Colombia para dar a conocer las soluciones y tendencias tecnológicas que tiene SAP este nuevo año para este mercado y cómo impacta dentro del mismo.*

*La agencia era responsable de todas las fases de ejecución del proyecto (Diseño, presupuesto, producción, cronograma, ejecución y logística).*

• **Estrategia:** *Crear un showfloor completo que contaba con plenaria principal, tracks por perfiles de asistentes, charlas de industrias, muestra comercial, muestra de soluciones demo SAP a través de las cuales SAP pudiera dar a conocer los avances de sus soluciones en compañía de un panel de expertos encabezado por el Señor Dann Tapscott un Gurú de las últimas tendencias en tecnología y Jonathan Becher CMO.*









# Symantec Partner Engage 2014

• Cliente:



• Características evento:

*Tipo de evento:*

*Partner Engage 2014 - Relacionamiento con canales*

*Lugar:*

*Cosmos 100*

*No. Asistentes:*

*151*

*Cubrimiento y fecha:*

*Bogotá, Colombia 4 de marzo de 2014.*

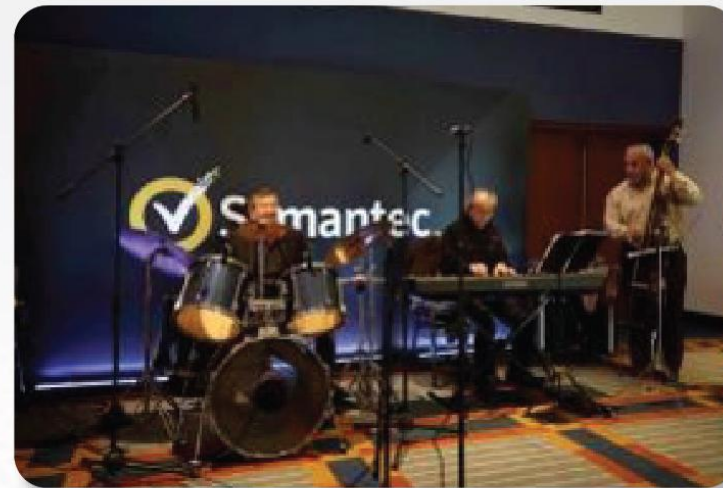
• **Desafío:** *Lograr un espacio de relacionamiento que permita involucrar y generar interés en sus canales sobre las nuevas estrategias comerciales.*

• **Estrategia:** *Se convocó a los invitados a compartir un espacio de relacionamiento diferente que mezclaba una agenda académica con un coctel acompañado de música en vivo a cargo de un grupo de Jazz.*











# Torneo de Golf Citrix 2014

• Cliente:



• Características evento:

Tipo de evento:	Torneo de Golf Citrix 2014
Lugar:	Club Los Lagartos – Campo David Gutiérrez
No. Asistentes:	99
Cubrimiento y fecha:	Bogotá, Colombia 28 de febrero de 2014

• **Desafío:** Generar un relacionamiento de alto nivel con el grupo objetivo de Citrix de manera que se conviertan en un “acelerador” de la labor comercial.

• **Estrategia:** Invitamos al grupo objetivo a un evento de alto nivel en uno de los clubes más exclusivos de la ciudad “Los Lagartos”, para compartir en un ambiente diferente nuevas experiencias y estrechar vínculos con sus clientes para crear relaciones a largo plazo.









# SAP Coctel Lanzamiento propuesta Partner

• Cliente:



• Características evento:

Tipo de evento:

Coctel de Lanzamiento para Partners del SAP Forum 2014.

Lugar:

Restaurante La Mar en la Terraza

No. Asistentes:

26

Cubrimiento y fecha:

Bogotá, Colombia 21 de Noviembre de 2013

• **Desafío:** Dar a conocer la soluciones de SAP vendidas como cloud o SaaS y la múltiples ventajas que esta solución tiene; innovadora, económica, rápida y flexible.

• **Estrategia:** Potencializar la imagen corporativa, frente a los públicos de interés con mensajes positivos. Dar a conocer noticias y mostrar el impacto de las acciones de la compañía.











# SAP Collaboration Morning

• Cliente:



• Características evento:

*Tipo de evento:*

*Desayuno de Relacionamiento para los CIO*

*Lugar:*

*Restaurante La Mar en la Terraza*

*No. Asistentes:*

*26*

*Cubrimiento y fecha:*

*Bogotá, Colombia 21 de Noviembre de 2013*

• **Desafío:** *Dar a conocer la soluciones de SAP vendidas como cloud o SaaS y la múltiples ventajas que esta solución tiene; innovadora, económica, rápida y flexible.*

• **Estrategia:** *Potencializar la imagen corporativa, frente a los públicos de interés con mensajes positivos. Dar a conocer noticias y mostrar el impacto de las acciones de la compañía.*









# SAP HR Briefing

• Cliente:



• Características evento:

*Tipo de evento:*

*Jornada Académica para el personal de Gerentes de Recursos Humanos*

*Lugar:*

*Hotel JW Marriott*

*No. Asistentes:*

*36*

*Cubrimiento y fecha:*

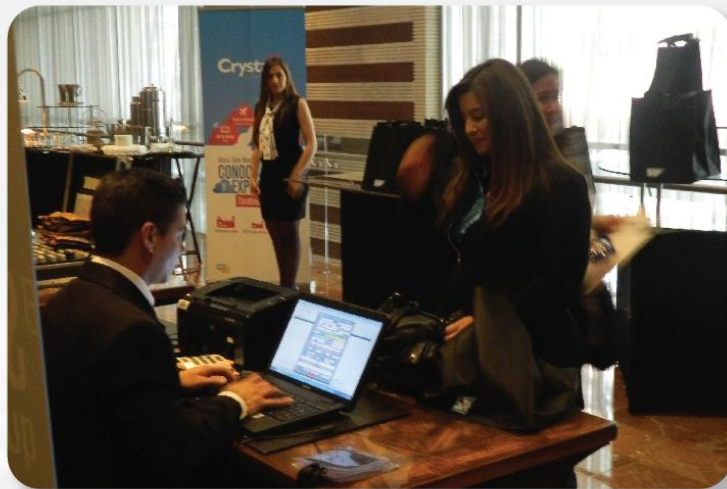
*Bogotá, Colombia 14 de Noviembre de 2013*

• **Desafío:** *Dar a conocer la soluciones de negocios, tecnología e innovación que SAP ofrece a las empresas en el área de recursos humanos.*

• **Estrategia:** *Generar un espacio de relacionamiento entre clientes, líderes de opinión en la materia y SAP.*











# SAP CMO Summit

• Cliente:



• **Características evento:**

<i>Tipo de evento:</i>	<i>Jornada Académica para los CMO más importantes de Colombia</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Club el Nogal</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>41</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Bogotá, Colombia 7 de Noviembre de 2013</i>

• **Desafío:** *Dar a conocer la soluciones de negocios en el área de Marketing, de innovación que SAP ofrece a las empresas.*

• **Estrategia:** *Generar un espacio ameno de relacionamiento en donde los expertos de SAP mostraron las últimas soluciones en esta área.*









# SAP CIO Summit

• Cliente:



• Características evento:

*Tipo de evento:*

*Congreso para los CIO más importantes de Colombia*

*Lugar:*

*Hotel Santa Clara, Cartagena de Indias*

*No. Asistentes:*

*25*

*Cubrimiento y fecha:*

*Cartagena de Indias, Colombia 30 de Octubre al 1 de Noviembre de 2013*

• **Desafío:** *Dar a conocer la soluciones de negocios, tecnología e innovación que SAP ofrece a las empresas.*

• **Estrategia:** *Generar un espacio ameno de relacionamiento, en uno de los mejores hoteles de Latinoamérica, el escenario propicio en donde los expertos de SAP mostraron las últimas soluciones de Innovación.*











# SAP Analytics Medellín

• Cliente:



• **Características evento:**

<i>Tipo de evento:</i>	<i>Cena de Relacionamento para clientes</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Restaurante La Cafetiere de Anita</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>25</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Medellín, Colombia 19 de Septiembre de 2013</i>

• **Desafío:** *Desarrollar un espacio de relacionamiento con los clientes de SAP en la ciudad de Medellín, que permita dar a conocer la soluciones de Analytics que tiene SAP.*

• **Estrategia:** *Generar un espacio de relacionamiento diferente entre personalidades de SAP y los clientes de esta zona de Medellín. Compartir una cena agradable que permitió la generación de oportunidades propicias para la compañía.*









# BT Cisco

- **Cliente:**



- **Características evento:**

*Tipo de evento:*

*Coctel de Relacionamento de BT Cisco*

*Lugar:*

*Embajada Británica , Bogotá.*

*No. Asistentes:*

*36*

*Cubrimiento y fecha:*

*Bogotá, Colombia 17 de Septiembre de 2013*

- **Desafío:** *Desarrollar un espacio de relacionamiento con los clientes de BT convocados por la embajada británica, en donde se presenten las soluciones tecnológicas de BT.*

- **Estrategia:** *Generar un espacio ameno de relacionamiento dentro de las instalaciones de la residencia Británica, en donde los invitados conocieron los productos y soluciones que BT les puede ofrecer.*











# SAS 15 años

• Cliente:



- **Características evento:**
- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| <i>Tipo de evento:</i>      | <i>Coctel celebración 15 años de la compañía en Colombia</i> |
| <i>Lugar:</i>               | <i>Restaurante el Techo</i>                                  |
| <i>No. Asistentes:</i>      | <i>200</i>   |
| <i>Cubrimiento y fecha:</i> | <i>Bogotá, Colombia 28 de Agosto de 2013</i>                 |

- **Desafío:** *SAS es la compañía líder en Analítica Empresarial con una fuerte presencia en Colombia y los mejores socios de negocio lo que me asegura contar con el mejor aliado de TI en el mercado.*

- **Estrategia:** *Asociar la actividad creativa del evento al concepto creativo del mismo:  
Jazz Colombiano, Lo mejor de nuestras raíces,  
lo mejor del mundo.*









# SAP Innovation Summit

• Cliente:



- **Características evento:**

<i>Tipo de evento:</i>	<i>Evento de Relacionamiento, con zona académica, muestra comercial y coctel</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Hotel Hilton Bogotá</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>200</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Bogotá, Colombia 14 de Agosto de 2013</i>
- **Desafío:** *Dar a conocer las soluciones de negocios, tecnología e innovación que SAP ofrece a las empresas.*
- **Estrategia:** *Realizar charlas académicas para profundizar sobre las soluciones de SAP. Compartir los conocimientos de los expertos sobre el manejo de estas soluciones y generar un espacio de relacionamiento entre clientes, canales y SAP.*











# Medtronic Congreso endocrinología

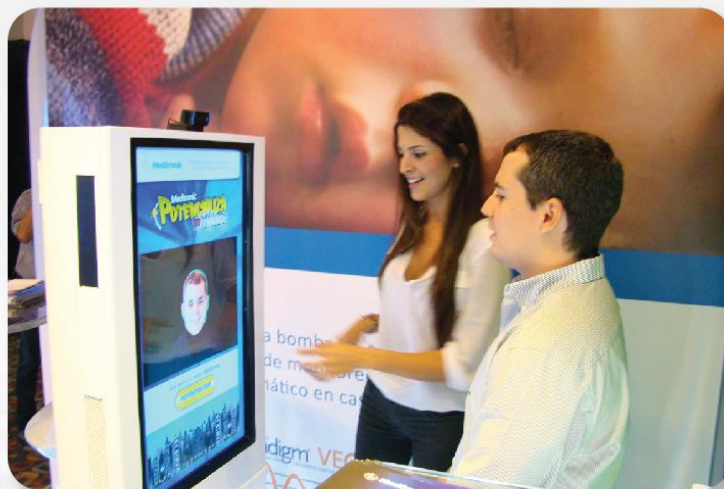
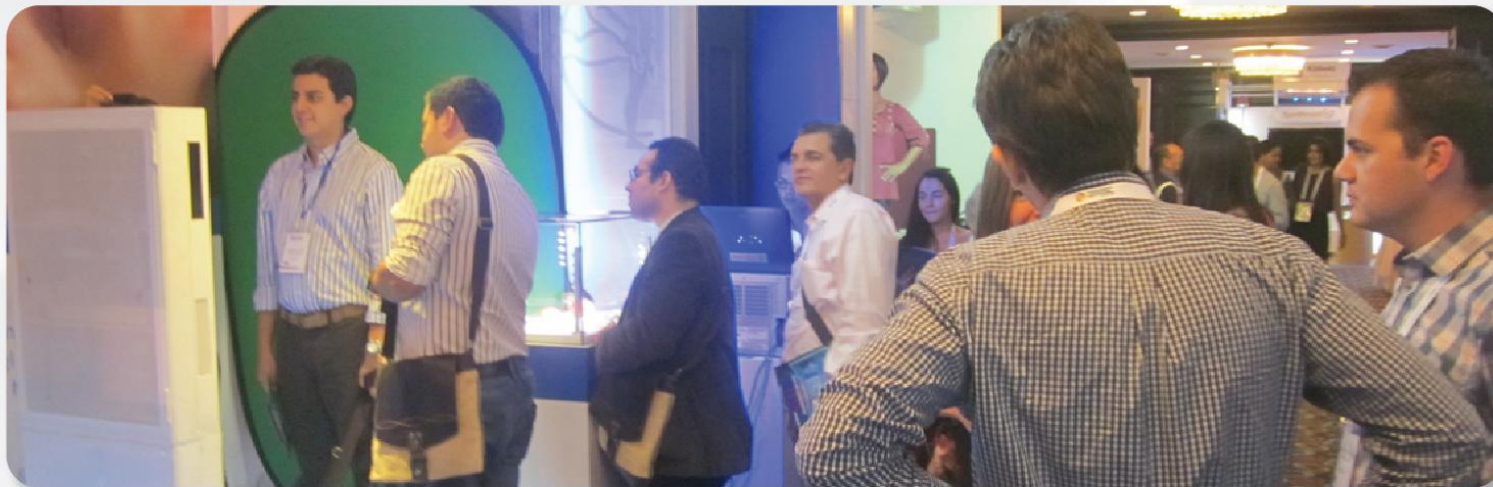
• Cliente:



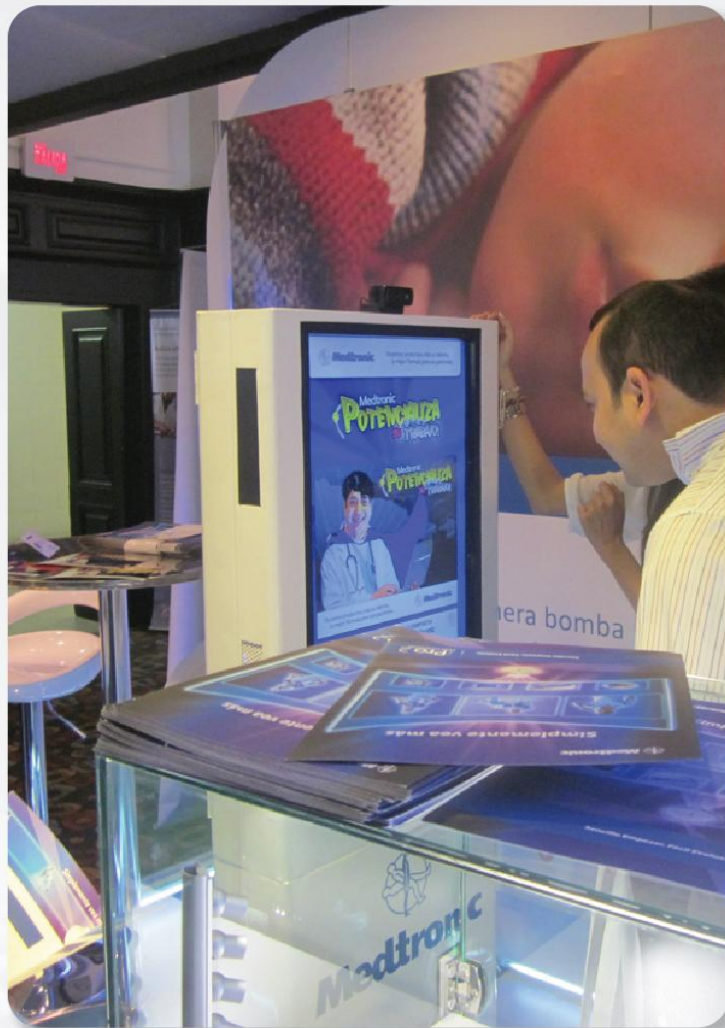
- **Características evento:**

<i>Tipo de evento:</i>	<i>Actividad para posicionar la marca, dar a conocer la bomba de insulina y el lpro</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Hotel Intercontinental Medellín</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>1500 asistentes en el congreso y más de 400 asistentes en Stand (Actividad)</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Medellín, Colombia 31 de mayo y 1 de Junio de 2013</i>
- **Desafío:** *Lograr tener alto tráfico en el stand de Medtronic, con un gancho creativo que permita llamar la atención de médicos y asistentes al evento. Dar a conocer los productos que quiere posicionar Medtronic durante la feria: La bomba de insulina y el lpro.*
- **Estrategia:** *Crear un espacio de relacionamiento en el cual MDT diera a conocer los productos que ofrece a pacientes con diabetes tipo 1, generando posicionamiento de marca en los médicos de una manera creativa, innovadora y tecnológica.*









# BT Technology Forum

• Cliente:



• **Características evento:**

<i>Tipo de evento:</i>	<i>Lanzamiento de productos BT</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Hotel Marriott calle 73</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>121</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Bogotá, Colombia 10 de Abril de 2013</i>

• **Desafío:** *Dar a conocer los productos que tiene BT para las diferentes industrias en las áreas de TI.*

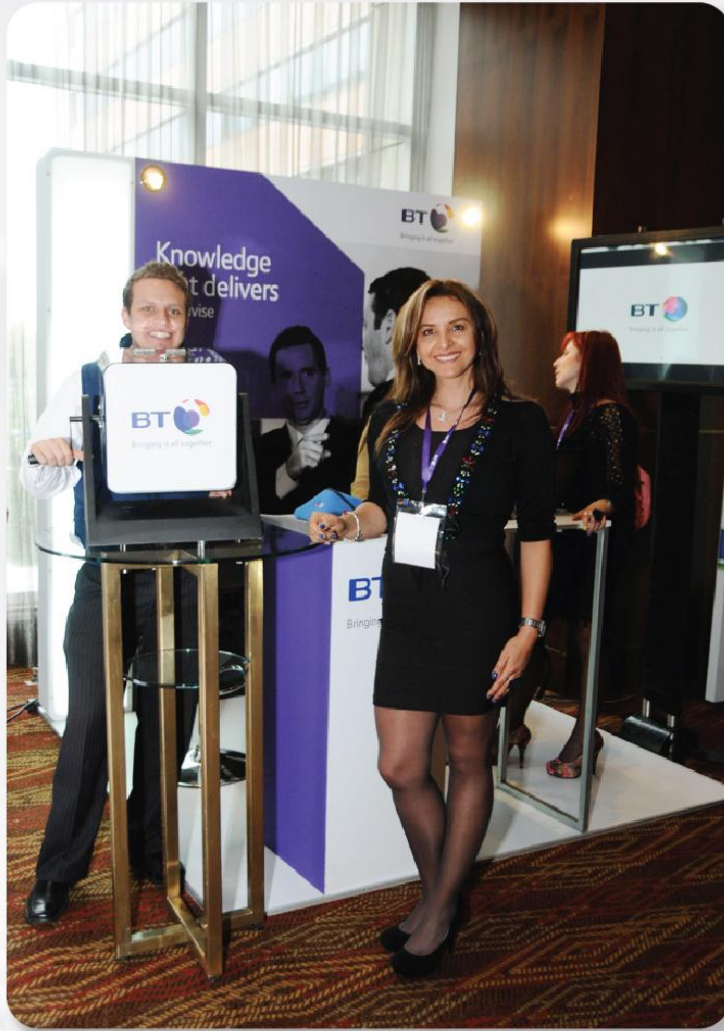
*La agencia era responsable de todas las fases de ejecución del proyecto (Diseño, presupuesto, producción, cronograma, ejecución y logística).*

• **Estrategia:** *Crear un espacio de relacionamiento en el cuál BT pudiera dar a conocer los productos y las herramientas que han ayudado a empresas a ser más productivas en TI.*











# Symantec Partner Coffee Symantec

• Cliente:



• Características evento:

*Tipo de evento:*

*Relacionamiento a canales*

*Lugar:*

*Salto del Ángel*

*No. Asistentes:*

*80*

*Cubrimiento y fecha:*

*Bogotá, Colombia 13 de marzo de 2013*

• **Desafío:** *Reafirmar en el grupo objetivo que Symantec, es un aliado estratégico que fomenta el crecimiento a varios niveles en sus Partners estratégicos.*

• **Estrategia:** *Crear un espacio de relacionamiento en el cual Symantec pudiera dar a conocer los avances de sus soluciones en una jornada académica enfocada a canales.*









# Symantec Lanzamiento Symantec Appliances 5220

• Cliente:



• Características evento:

Tipo de evento:	Lanzamiento de producto
Lugar:	Hotel Cosmos 100
No. Asistentes:	73
Cubrimiento y fecha:	Bogotá, Colombia 6 de marzo de 2013

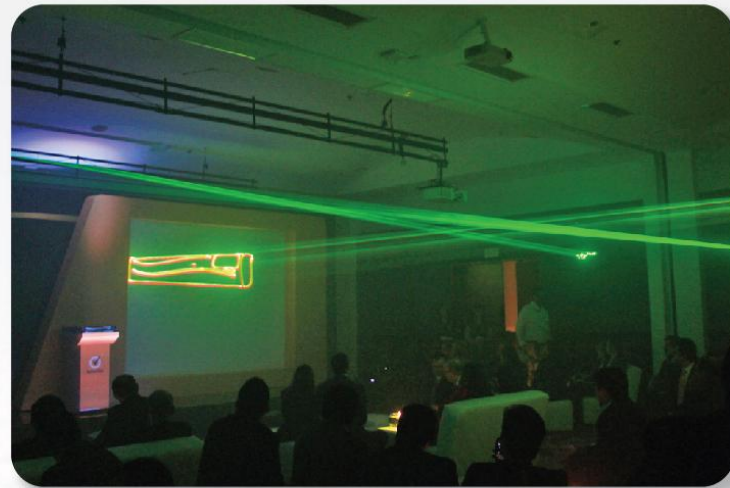
• **Desafío:** Dar a conocer el nuevo *Symantec Appliance 5220* como el mejor dispositivo de copias de seguridad empresariales con almacenamiento expansible y deduplicación completa e inteligente para entornos físicos y virtuales.

• **Estrategia:** Crear un momento de marca inolvidable que transmitiera los beneficios del producto de una manera tecnológica dentro de un espacio de relacionamiento que permitiera reforzar los vínculos comerciales.











# BT Catas de vino

• Cliente:



• Características evento:

*Tipo de evento:*

*Relacionamiento*

*Lugar:*

*Harry Sassón*

*No. Asistentes:*

*Durante los dos días se contó con una asistencia total de 42 clientes.*

*Cubrimiento y fecha:*

*Bogotá, Colombia 21 y 22 de noviembre de 2012.*

• **Desafío:** *Incrementar el posicionamiento de la marca, dando a conocer los beneficios y calidad de los productos de BT.*

• **Estrategia:** *Se convocó a los invitados a compartir una Cata de Vino internacional con un Somelier experto, como marco de referencia para fortalecer la imagen de BT y dar a conocer los productos de la compañía.*









# SAS High Performance Analytics

• Cliente:



• **Características evento:**

<i>Tipo de evento:</i>	<i>Relacionamiento y lanzamiento de producto</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Hotel Hilton</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>117</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Bogotá, Colombia septiembre 4 de 2012</i>

• **Desafío:** Posicionar la solución *SAS® High Performance Analytics* como el avance más importante en tecnología de SAS en los últimos 10 años.

• **Estrategia:** Crear un espacio de relacionamiento en el cual SAS diera a conocer los beneficios de la solución *SAS® High Performance Analytics*.











# SAP Forum

• Cliente:



- **Características evento:**
- |                             |  |
|-----------------------------|--|
| <i>Tipo de evento:</i>      | <i>Generación de demanda y muestra comercial</i> |
| <i>Lugar:</i>               | <i>Compensar Av. 68</i>                          |
| <i>No. Asistentes:</i>      | <i>577</i>                                       |
| <i>Cubrimiento y fecha:</i> | <i>Bogotá, Colombia 10 de julio de 2012</i>      |

- **Desafío:** *Presentar nuevas iniciativas, productos y servicios que SAP tiene en el mercado, bajo el concepto **Run like never before**.*

*La agencia era responsable de todas las fases de ejecución del proyecto (Diseño, presupuesto, producción, cronograma, ejecución y logística).*

- **Estrategia:** *Crear un espacio de relacionamiento en el cual SAP pudiera dar a conocer los avances de sus soluciones en compañía de sus Partners, mezclado con jornadas académicas de profundización de los temas.*









# SAS Customer Intelligence

• Cliente:



• **Características evento:**

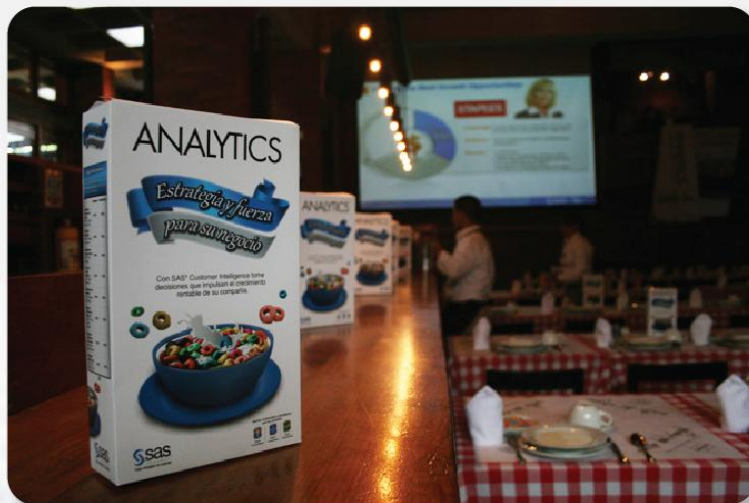
<i>Tipo de evento:</i>	<i>Generación de demanda.</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Restaurante Bar Salto del Ángel</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>60</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Bogotá, Colombia 31 de Mayo de 2012</i>

• **Desafío:** *SAS® Customer Intelligence* permite conectar el trabajo de los expertos de marketing con ingresos y resultados del negocio, encontrando así las mejores oportunidades de crecimiento y realizando así las mejores oportunidades de crecimiento y realizando movimientos acertados en todas las inversiones de marketing, además de aprovechar todo el conocimiento generado con diferentes canales que interactúan con el cliente.

• **Estrategia:** A través del “desayuno de negocios CI” apoyar a la toma de decisiones más inteligentes, más rápidas y efectivas, incrementando el uso estratégico de soluciones analíticas, soportados en speakers internacionales como Lori Bieda experta en “Driving Fast, Smart Customer decisions across your enterprise”.











# Symantec Vision 2011

• Cliente:



• **Características evento:**

<i>Tipo de evento:</i>	<i>Generación de demanda y muestra comercial</i>
<i>Lugar:</i>	<i>Hotel Sheraton Bogotá</i>
<i>No. Asistentes:</i>	<i>400</i>
<i>Cubrimiento y fecha:</i>	<i>Bogotá, Colombia 4 de Noviembre de 2011</i>

• **Desafío:** *Presentar las nuevas tecnologías de Symantec y su nueva estrategia de negocio bajo el concepto "Surround yourself". (La agencia era responsable de todas las fases: Diseño, presupuesto, cronograma, ejecución y logística)*

• **Estrategia:** *Crear una experiencia para los asistentes donde Symantec pudiera entregar todos sus mensajes. Adicionalmente exponer todas las ventajas de todas las soluciones e innovación de Symantec.*







