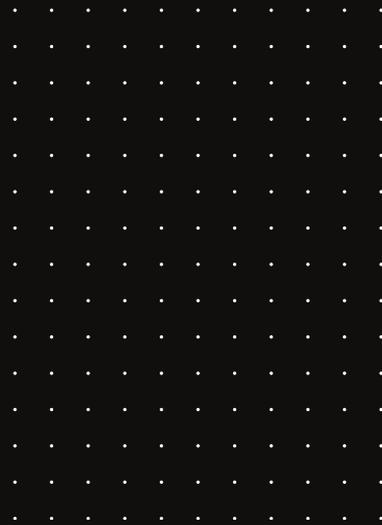


# Verónica Cano



Verónica Cano, italo-argentina, fondatrice di MOT Con oltre 20 anni di esperienza in marketing, comunicazione, shopper marketing, sviluppo aziendale e ricerca di mercato. Laureata in Amministrazione Aziendale, con un diploma in Gestione Aziendale e Digital Marketing, Health Coaching e Sport Coach.

Ha ricoperto posizioni strategiche presso GlaxoSmithKline, Cervecería y Maltería Quilmes, The Coca-Cola Company, Groupe Seb, Young & Rubicam e Ipsos.

In vari mercati dell'America Latina. Ha lavorato presso The Coca-Cola Company come Regional Trade Marketing Manager per la Divisione America Centrale, con responsabilità su Colombia, America Centrale e Caraibi. Ha ricoperto anche la posizione di Country Manager in El Salvador.

Nel 2007, Verónica è tornata in Argentina e ha guidato l'agenzia Leo Burnett nelle aree di marketing dei servizi (digital - shopper marketing e marketing relazionale CRM). Ha lavorato per marchi come P&G, Fiat, Pepsi, MP e Arcor.

Nel 2009, si è unita all'agenzia di comunicazione Saatchi & Saatchi X per guidare l'area dello shopper marketing e gestire marchi come Head & Shoulders, Pampers, Vicks, Audi e Walmart.

Nel 2014, ha guidato Labstore, l'unità di business di Wunderman e Young & Rubicam focalizzata su digital, shopper ed esperienza. Un team multidisciplinare composto da planner, creativi audiovisivi, copywriter, designer grafici, digitali e industriali. Ha lavorato per i team dello shopper e dei clienti chiave di Coca-Cola South Latin, così come per aziende come Cinemark-Hoyts, Sintoplast, Musimundo, tra le altre.

Nel 2018, Verónica è stata chiamata dalla società di consulenza Ipsos per guidare uno dei progetti di ricerca di mercato più importanti svolti in Argentina. Utilizzando metodologie innovative di neuromarketing, combinate con modelli quantitativi tradizionali per comprendere l'impatto della comunicazione e della pubblicità. Più di 70 spot pubblicitari testati in un progetto che ha permesso di capire quando e con quali risorse audiovisive gli argentini si emozionano, così come i pezzi creativi con il maggior richiamo e attribuzione di marca. Un esperimento unico pieno di preziosi apprendimenti per il mondo dei marchi e della pubblicità.

Nel 2020, Veronica ha guidato un'agenzia di comunicazione per lo sviluppo di ricerche di mercato nei settori del turismo e della politica. Da quell'anno, Veronica lavora per lo sviluppo dei giovani atleti e risiede in Europa, come digital nomade. Collabora con enti del terzo settore e organismi pubblici nello sviluppo di programmi di crescita.

Dal 2011, dirige MOT, un'agenzia di marketing strategico, dove ha messo a disposizione tutte le sue conoscenze ed esperienze a beneficio di persone, marchi e aziende che hanno bisogno di sviluppare strategicamente la propria comunicazione e attività.

Durante questi anni, molte persone, istituzioni e aziende hanno pedalato insieme a Verónica Cano per raggiungere obiettivi, tra cui Red Bull, Moldes Ruibal, AMD, Colgate, Venda, Amarello, Fondazione FNDF, PromoRed, Triskel Active, Puku Bowls, Pura, Crehana, ASD Gruppo Sportivo Caneva, tra gli altri.