

ANTONIO MORALES GARCÍA



Comercial con solida experiencia en ventas, captación de nuevos clientes y gestión de carteras. Enfocado en superar objetivos gracias a una combinación de escucha activa, análisis de necesidades y una marcada orientación al cliente. Experiencia en entornos dinámicos, con capacidad para cerrar acuerdos, fidelizar clientes y aportar visión estratégica para incrementar la rentabilidad de la empresa

CONTACTO

antoniomoralessg42@gmail.com

+34 600 07 84 93

Calle Pacífico 38, 29004. Málaga

FORMACIÓN

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

- Universidad de Málaga.

Titulación en Inglés oficial by Cambridge University

EXPERIENCIA PROFESIONAL

Comercial Supervisor - BitBase Criptomonedas Exchange 2020 - actualidad

- Diseño y ejecución de estrategias de captación y retención para exchange de criptomonedas en un entorno regulado.
- Análisis de performance y optimización de funnels de conversión
- Supervisión y coordinación del equipo comercial orientado a captación y fidelización de clientes en entorno fintech
- Definición de objetivos, seguimiento de KPIs y optimización del rendimiento individual y colectivo
- Desarrollo de estrategias basadas en análisis de datos para optimizar conversión y rentabilidad

Telemarketing - Orange España 2019 - 2020

- Realización de llamadas frías para captación de nuevos clientes particulares y empresas.
- Presentación de planes de telefonía móvil, internet y servicios complementarios.
- Superación constante de objetivos promedios mensuales.
- Desarrollo de habilidades de comunicación persuasiva y manejo de objeciones en entornos competitivos.

Sector Hostelero - Varios Restaurantes 2015 - 2019

- Desarrollo de competencias en atención al cliente y captación en entornos de alta rotación.
- Cumplimiento de objetivos comerciales y mejora de la experiencia del cliente.
- Trabajo en equipo para garantizar la calidad del servicio y satisfacción del cliente.

PROYECTOS

Gestión activo inmobiliario en alquiler turístico

- Definición de estrategia de precios basada en demanda y competencia.
- Análisis de métricas de ocupación y optimización de ingresos.
- Gestión financiera y control de márgenes.