

La Agencia de Marketing digital Sr. Potato alcanza su objetivo “Cero Becarios” antes de finalizar el 2018

La agencia de marketing de Madrid Sr. Potato confirma que su campaña “Cero Becarios” ha alcanzado sus objetivos antes de finalizar el año, lo que supone un aumento de la cualificación de la plantilla y una especialización acorde al nivel de los clientes con los que actualmente trabaja esta agencia boutique tras más de tres años en el mercado

Los últimos estudiantes en prácticas han terminado su ciclo formativo en la agencia y se han incorporado a la plantilla, por lo que Sr. Potato ha cumplido el objetivo “Cero Becarios” para el 2018 y abrirá próximas convocatorias en 2019, según las previsiones de trabajo lo requieran, para así seguir contando con una “cantera” de Community managers, redactores, diseñadores y programadores multimedia que sepan dar respuesta a los retos del nuevo año.

Tal y como afirma su CEO, David de Silva: “Este plan es una medida orientada a ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio posible. En Sr. Potato no tenemos nada en cuenta de los becarios... al contrario, contamos con un programa de 6 meses de duración para formar a los estudiantes que realizan sus prácticas con nosotros en sus diferentes especialidades y, algo que es más importante aún para nosotros, en la metodología de trabajo que seguimos en la agencia. Tras ese período, si el alumno en prácticas ha alcanzado el nivel requerido por una agencia como la nuestra, se le ofrece incorporarse a la plantilla con un contrato laboral”.

El objetivo de este plan formativo es generar unos equipos de trabajo altamente cualificados, bien compenetrados y capaces de gestionar la amplia cartera de clientes de la agencia, que incluye marcas del calibre de Room Mate Group, Bodegas Beronia, Bureau Veritas, Desperados, Grupo Día, Tony Romas, Farlabo, BBVA, Amstel o la cadena de Restaurantes Makitake, que requieren no sólo de una adecuada planificación estratégica, sino de una cuidada ejecución en el día a día, incluyendo servicios de marketing digital como el social CRM para prestar atención a los usuarios, la creación de campañas tácticas como #RegalaBeronia o la consultoría de social intelligence.

En este sentido, la Brand Manager de la agencia, Patricia Ballesteros, ha declarado que “El marketing digital es un campo altamente competitivo y que requiere de una formación continua para adaptarse a los continuos cambios tecnológicos y en los hábitos de consumo de los usuarios, por lo que en una agencia como Sr. Potato consideramos que es necesario estar siempre localizando, formando e incorporando nuevo talento, y es por eso que contamos con un programa de formación interna que, tras tres años de desarrollo, pronto abriremos al público a través de la iniciativa Potato School”.

Además, en sus poco más de tres años de recorrido, la Agencia de Marketing digital Sr. Potato ha conseguido posicionarse como una de las agencias más innovadoras y creativas de su sector, con proyectos orientados a la conversión y que incorporan siempre las últimas tendencias y tecnologías desarrolladas en el entorno de las redes sociales y el marketing digital. Por ello, las previsiones para el 2019 son bastante halagüeñas y sus responsables confían en ampliar rápidamente su cartera de

clientes, captando nuevas marcas que busquen un enfoque diferente, una atención personalizada y unos presupuestos ajustados a la realidad del mercado.

Datos de contacto:

David de Silva

911765225

Nota de prensa publicada en: [MADRID](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Madrid E-Commerce Recursos humanos Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>