



Marti Barletta

Experta en “marketing to woman”

Marti Barletta es toda una autoridad internacional en *marketing to woman* y su gran pasión por este ámbito la convierten en una de las mejores conferenciantes. En sus exposiciones, Marti combina la experiencia de género con la del marketing y gracias a su gran sentido del humor ofrece al público, reveladoras y prácticas ideas.

Autora de *“PrimeTime Women: How to Win the Hearts, Minds and Business of Boomer Big Spenders”* con prólogo de Philip Kotler, es una de las obras más reconocidas del sector que sirve de manual de ayuda para que las compañías sean más inteligentes en el marketing dirigido a mujeres y hace especial hincapié sobre la importancia de la mujer en el mundo del consumo.

Su primer libro de marketing para la Mujer titulado *“Marketing to Women: How to Increase Your Share of the World's Largest Market”* ha sido traducido a 17 idiomas, incluyendo japonés, chino, coreano, ruso y portugués. En su segunda obra, *“Trends”*, co-escrita con Tom Peters, se destacan las oportunidades de las tendencias demográficas más populares de las próximas dos décadas, las mujeres, y la madurez del mercado, así como los detalles de las estrategias para sacar el máximo partido de ambas.

Antes de lanzar el Grupo TrendSight, Marti ha sido vicepresidenta y directora de “Franky Female at Frankle”, una agencia líder en comercialización y promoción de marcas. Asimismo, Barletta ha trabajado durante diez años en el mundo de la publicidad, siendo la directora de cuentas tan importantes como “Foote”, “Cone & Belding”, además de haber trabajado para empresas como Quaker o McCann-Erickson. Asimismo fue directora de marketing en el Museo de Historia Nacional de la Mujer en Washington y ha presidido el Consejo de Mujeres de Marketing de la Business Women’s Network.

Reconocida como una de las líderes dentro del pensamiento del marketing to woman, Barletta ha colaborado en multitud de medios de comunicación internacionales como en los informativos de la CBS o la NBC y en medios escritos como The Wall Street Journal, The New York Times o The Economist, además de ser profesora invitada en Kellogg de la Northwestern University Graduate School of Management y en la Stuart Graduate School of Business de Illinois Institute of Technology.

Fundadora de la Women Gurus Network (Red de Mujeres Gurus), su estilo vivaz y amplio conocimiento de este campo hacen que sus conferencias y talleres estén repletos de ideas prácticas. Actualmente está trabajando en su próximo libro, *“Adam & Eve in the Workplace”*.

TEMAS

- Marketing to woman
- Liderazgo
- Tendencias

LIBROS

- *“PrimeTime Women: How to Win the Hearts, Minds and Business of Boomer Big Spenders”*
- *Marketing to Women: How to Increase Your Share of the World's Largest Market”*
- *“Trends”*