

LUCA TOMELLERI

Via P. Micca 193, 24033 Calusco d'Adda (BG)

Tel. (+39) 335.8200246 - Email lucatomelleri@hotmail.com

SOMMARIO

Lunga esperienza nel mondo dell'Information & Communication Technology (ICT), dove ho ricoperto incarichi di crescente responsabilità all'interno di aziende multinazionali operanti come fornitori di soluzioni, servizi e tecnologie.

In particolare ho maturato:

- ampia esperienza nella definizione e implementazione di piani di marketing, web marketing, comunicazione interna/esterna, training, budgeting e incremento del ritorno sugli investimenti
- specifica conoscenza marketing di alcuni settori di mercato: Grandi Clienti (es. Eni, Poste Italiane, Autogrill), dealer e rivenditori, Pubblica Amministrazione e il Retail
- forte orientamento ai risultati, con esperienze professionali affinate e consolidate in Italia e all'estero.
- esperienza nella gestione dei rapporti interaziendali, business networking e public speaking
- Flessibilità intellettuale, capacità di organizzazione e gestione del cambiamento, controllo, coinvolgimento e motivazione delle risorse umane
- Risolutivo, affidabile, determinato, creativo ed efficace.

Presto sempre particolare attenzione nel cogliere e comprendere le necessità dei clienti e da queste individuare opportunità di business. In questo compito ho sempre lavorato a stretto contatto con le direzioni commerciali (Diretta e Indiretta) implementando le attività di marketing e comunicazione necessarie per il raggiungimento degli obiettivi di business dell'azienda.

ESPERIENZE PROFESSIONALI

2008–2016

RICOH ITALIA SPA Head of Marketing Communications

A riporto diretto del CEO, responsabile delle aree:

- **web marketing e social media** - ho guidato diversi progetti di start-up, implementazione e sviluppo di canali online, sia rivolti al mercato sia interni all'azienda, definendo strategie di Web Marketing, implementando siti web aziendali, portali di e-commerce, campagne di vendita e brand reputation anche sui Social Media (Linkedin, Facebook, Twitter e Instagram) e tramite piattaforme di Direct Email Marketing e Marketing Automation con l'applicazione di consolidate metodologie e di strumenti di pianificazione e controllo. Ho fatto parte per molti anni del "Marketing Brand Council" con sede a Londra, organismo deputato allo sviluppo del branding internazionale, dove ho potuto ampliare la mia prospettiva avendo visibilità e contribuendo a progetti di comunicazione con respiro europeo.
- **sponsorizzazioni** – ambiti aziendali, culturali e sportivi con l'obiettivo sia di aumentare la notorietà del brand aziendale sia di sviluppare le vendite in maniera oggettiva e misurabile. In relazione ad es. alle sponsorizzazioni sportive ho contribuito allo sviluppo del business aziendale tramite i contatti diretti con altre aziende sponsor e con i gruppi industriali proprietari delle squadre stesse. Ho gestito in maniera autonoma tutte le fasi relative alle sponsorizzazioni: analisi iniziale sul potenziale di business, contatto diretto con lo sponsee, negoziazione e stesura del contratto, preparazione del piano di sviluppo commerciale, organizzazione di eventi clienti/prospect, PR con giornalisti, gestione comunicati stampa e press conference, monitoraggio e reporting sulle attività marketing e commerciali, calcolo progressivo sul ritorno dell'investimento. Gli ambiti sportivi in cui ho specifica esperienza sono calcio, basket, tennis, golf, ciclismo, pallavolo e sci.
- **pubblicità, relazioni con la stampa e PR** - ideazione locale di campagne pubblicitarie e sviluppo format di comunicazione, redazione di piani editoriali e pianificazione pubblicitaria, incontri di networking con gli editori, organizzazione interviste con i giornalisti per il top-management dell'azienda, programmazione di eventi stampa aziendali, sviluppo editoriale tramite interviste ai clienti e pubblicazione di casi di successo e best practice aziendali, portavoce ufficiale dell'azienda. Ho portato all'interno la gestione delle attività di PR stampa risparmiando i costi di agenzia e aumentando significativamente i risultati di copertura media (da tre anni migliore performance di gruppo in Europa)
- **comunicazione interna** – ho realizzato la start-up della TV Aziendale trasformando l'house organ cartaceo mensile per i dipendenti in un network digitale "Ricoh TV Italia" per comunicare in maniera ecosostenibile, veloce e dinamica. Una piattaforma basata sul Digital Signage presente nella sede e in tutte le 10 filiali sul territorio italiano che prevede la creazione di 16 nuovi contenuti video mensili per motivare/ingaggiare e tenere informati i dipendenti su progetti aziendali e argomenti di interesse.
- **comunicazione di prodotto e tecnologia** - sviluppo e localizzazione dei materiali di comunicazione audio/video e cartacei, campagne di vendita, analisi della concorrenza.
- **budgeting e reporting** – pianificazione annuale e responsabilità del budget di comunicazione, marketing e supporti di vendita. Condivisione del planning progetti con la Casa Madre di Londra, verifica mensile degli scostamenti, calcolo del ritorno sugli investimenti e reporting.
- **team di lavoro** – per il presidio delle attività descritte mi avvalevo di un team formato da 6 persone

Ho conseguito ad es.:

- Progetto di comunicazione a supporto di 10 eventi in un anno con campagne Web e DEM, target 4.000 contatti, acquisiti 12 nuovi significativi clienti e sviluppato business con i clienti esistenti per un valore totale nuovi ordini di 1,3 milioni di euro

- Implementazione a livello italiano di una piattaforma di e-commerce per la rete di vendita indiretta che ha consentito di automatizzare l'inserimento e la gestione degli ordini. Fatturato gestito dal portale 33 milioni di euro anno e riduzione dei costi aziendali di gestione di circa 65.000 euro anno
- A seguito di un contatto di alto profilo di MSC Crociere Group acquisto durante un evento a cui erano invitati gli sponsor della squadra di calcio AC Milan, è stato possibile dare inizio all'analisi che ha portato ad un contratto riguardante l'informatica dell'azienda con un order taking di centinaia di migliaia di Euro.
- Nel corso della sponsorizzazione del Campionato del Mondo di Ciclismo disputato a Varese sono entrato in relazione con un manager del Gruppo Marzotto. Dopo una approfondita fase di studio è stato siglato un progetto internazionale del valore complessivo nell'ordine del milione di Euro. L'accordo di sponsorizzazione da me ottenuto relativo a quel Campionato del Mondo di Ciclismo, che ha consentito all'azienda di avere ampia visibilità e branding, non prevedeva alcun investimento economico ma solo un "cambio servizi" ad alto valore aggiunto ma che ha comportato un costo effettivo di circa 9.000 Euro

2000 – 2007

NRG ITALIA SPA

Marketing Communications & Training Manager

Responsabile delle aree:

- **Internet**- ho guidato l'implementazione dei tre siti aziendali Italiani (Nashuatec, Rex-Rotary e Gestetner), rivolti ad un target di aziende, professionisti e rivenditori, definendo le strategie di comunicazione online
- **sponsorizzazioni** – in ambiti sportivi prevalentemente in cambio merce/servizi allo scopo di sviluppare la brand-awareness aziendale e di sviluppare i contatti di vendita. Ho gestito eventi come il campionato del mondo di sci e quello di ciclismo.
- **comunicazione interna** – responsabile editoriale ed esecutivo della rivista mensile "NRG news" che veniva sviluppata internamente e distribuita ai dipendenti, alle 100 agenzie italiane a ai 700 dealer, tiratura 3500 copie.
- **comunicazione di prodotti e servizi** – realizzazione interna di brochure e materiali grafici di prodotto/servizio per tutti i brand e i canali di vendita dell'azienda compresi listini e cataloghi.
- **academy & training center** – ho realizzato il progetto e implementato il training center aziendale costituito da 5 aule tutte informatizzate. Il mio compito è stato quello di progettare, realizzare ed assicurare l'erogazione di percorsi formativi e percorsi di certificazione individuali rivolti ai venditori dei dealer e agli agenti diretti (1.100 sits anno). Coaching commerciale, tecniche di vendita, fattori critici di successo, basi di programmazione neurolinguistica e nuove tecnologie erano i principali argomenti trattati. Ho consolidato in questo periodo la mia conoscenza in questo ambito tramite numerosi corsi internazionali di "train-the-trainer" Ho consolidato tecniche di gestione d'aula, preparazione ed erogazione di corsi sia in prima persona sia coordinando un team di trainer/formatori interni ed esterni.
- **gestione del contesto multi-brand e multi-canale** – Nashuatec, Rex-Rotary e Gestetner, diretta territoriale con 100 agenzie provinciali, diretta grandi clienti e indiretta partner, dealer e rivenditori.
- **Team di lavoro** - mi avvalevo di un team formato da 3 persone interne ed un trainer esterno

Ho conseguito ad es.:

- La direzione commerciale Indiretta aveva la necessità di fidelizzare i rivenditori e di fornire loro servizi a valore per distinguersi dalla concorrenza. Insieme alle vendite abbiamo progettato e implementato un percorso di certificazione commerciale per i dealer che prevedeva tre diversi livelli di competenze e tutti i corsi necessari per raggiungerle. Si sono iscritti al percorso di certificazione oltre 190 dealer, sono stati preparati 16 diversi corsi dai differenti contenuti (12 aula e 4 Webinar), sono state organizzate 52 giornate d'aula a cui hanno partecipato 660 persone tra tecnici, amministrativi, venditori e titolari delle aziende partner in un solo anno. Oltre a questo i programmi prevedevano il completamento di moduli in e-learning per il conseguimento finale della certificazione. I dealer certificati hanno generato un fatturato incrementale del 23% rispetto all'anno precedente

1998 – 1999

NRG ITALIA SPA

Training Manager

- **Training commerciale** – ho realizzato la start-up della divisione con l'obiettivo di traghettare la forza vendite interna diretta (230 persone) e dei dealer (800 persone) da competenze relazionali e di vendita relativa a prodotti "analogici" a competenze riguardanti più complessi prodotti "digitali" interfacciati alle reti di computer. Oltre alla parte tecnologica è stato fondamentale agire sul radicale cambiamento di approccio, sviluppando maggiormente la componente consulenziale. Mio compito era di preparare ed erogare i moduli formativi in prima persona.
- **team di lavoro** - una assistente per la gestione calendari formazione e l'hospitality dei partecipanti.

1994 – 1997

GESTETNER SPA

Sales Trainer

1991 – 1993

GESTETNER SPA

Marketing graphics & presentation

1989 – 1990

IBM Italia SPA- TC Sistema

Funzionario vendita

ALTRE INFORMAZIONI

Nato a Milano il 29 giugno 1968 convivente senza figli

Ho frequentato l'Academy Starting Dirigenti

CFMT,

2005–2006

Ho conseguito il master in Basic Marketing

Università SDA Bocconi,

2004–2005

Maturità perito elettronico indirizzo Informatico

Istituto Costanza,

1982–1986

Ho frequentato diversi corsi specialistici di formazione tecnologica e manageriale in Italia e all'estero

Inglese: buono

Autorizzo al trattamento dei miei dati personali ai sensi del Dlgs 196/03.