

CURRICULUM VITAE

Fabio Scafoletti
Via B. Cellini, 6
20129 MILANO
Tel. 02.54.11.904 Fax 02.700.413.068
Cell. 348.71.00.397
e-mail: fabio.scafoletti@olos.com

COMPETENZE E ATTITUDINI PROFESSIONALI

Analisi strategica dei mercati, definizione di piani e budget complessi, approfondita conoscenza degli aspetti economico-finanziari della gestione aziendale, di prodotto e del cliente in un'ottica di Customer Relationship Management.

Esperienza consolidata nella gestione di tutte le leve commerciali; capacità di gestire innovazione di prodotto, di definire piani operativi, di gestire al meglio il fattore tempo. Capacità di progettare una struttura organizzativa, di pianificare il lavoro di gruppo e di motivare al raggiungimento degli obiettivi aziendali.

Forte autonomia personale, spirito imprenditoriale, grande volontà e capacità di cambiamento.

Predisposizione al problem solving ed alle relazioni interpersonali, orientamento allo sviluppo commerciale e alla gestione della clientela.

ESPERIENZE LAVORATIVE

Da gennaio 2003

Olos Interactive
(Marketing, Comunicazione &
Nuove Tecnologie)

Associato

Responsabile dello sviluppo delle attività di consulenza e servizi nelle aree marketing e vendita con particolare riferimento alle analisi strategiche e di business, progetti di sviluppo territoriale, ricerche di mercato, customer care, acquisizione e sviluppo clienti.

Coordinatore d'Area **Scuola di Palo Alto** (Area Formazione CRM)
Sviluppo, **coordinamento ed erogazione di progetti di formazione** ad hoc. Definizione dei titoli a catalogo nell'area formativa Customer Relationship Management (8 corsi). Gestione di Corsi di formazione e percorsi di orientamento nell'area FSE per conto di **Etass**, per il **Consorzio Eurocons** e per il Progetto Saturno della **Camera di Commercio di Milano**.

Tra i clienti gestiti: Ace Europe (assicurazioni), Vital Data Net (servizi), De Agostini Professional, MasterCard, Jolly Wear (abbigliamento)

1998- 2002

Gruppo Allaxia
(CRM Consulting)
aprile 1999 - dicembre 2002

Customer Manager per le **aree assicurativa, bancaria e largo consumo**.

Acquisizione e sviluppo di clienti strategici con particolare riferimento a progetti complessi di: business planning, analisi organizzative, analisi e miglioramento redditività portafoglio clienti, piani strategici ed operativi di marketing, analisi di customer, employee e user satisfaction, piani di miglioramento e fidelizzazione.

Tra i principali clienti: Technogym (wellness), Fracarro (elettronica), Vicini (alta moda), Banca Popolare di Bari, Unicredit, BancoPosta, Gruppo Ina, Finanza & Futuro, Banca Mediolanum, Nestlè, Carapelli, Etichon, Marconi Communications

febbraio 1998 - marzo 1998

Responsabile Marketing

Start-up della nuova società Omar **"On Line Marketing Knowledge"** per l'erogazione di servizi professionali per marketing e vendite su Intranet/Internet.

Ridefinizione strategia di comunicazione e marketing "web based".

ottobre 1999 - luglio 2001

Gruppo Inferentia DNM

Consulente Strategico

Definizione delle **strategie di canale, concept e service design**, definizione di piani di customer care, relationship e database marketing.

Tra i principali clienti: Banca di Roma, Banca Sella, Gruppo Bancario ICCREA, Illy, Barilla, Novartis

1995- 1998

Gruppo Mediolanum

Marketing Manager

Creazione nuova funzione **Marketing Sviluppo Clienti** (obiettivi, budget e

struttura organizzativa). Campagne di Direct Marketing per lo sviluppo e l'acquisizione clienti (advertising, telemarketing, mailing e materiali per la forza vendita).
Formazione Marketing per la Rete Commerciale.
Monitoraggio del parco clienti e modello di segmentazione per potenzialità.
Realizzazione del sito Internet aziendale.

1991 - 1995

Sara Lee D.E. Italy
(ex SmithKline-Beecham)

Group Product Manager

Sviluppo e lancio della linea mass-market **Fissan Dermocontrol** con Advertising TV, promosponsorship, e incentivazione al trade. Estensione linea **Fissan Baby**. Incentivazione per la forza vendita, informazione medico-scientifica e ricerche cliniche.

1988 - 1991

Alivar (SME)

Product Manager

Divisione Ricorrenze: Responsabile dei **Prodotti da Forno Alemagna**. Riposizionamento, Advertising Tv linea torte da ricorrenza. Divisione Prodotti Secchi: Assistente **Crackers e Salatini Motta**.

1986 - 1987

Università Statale di Milano
**Istituto di Economia e
Politica Agraria**

Assistente

Progetto **Cariplo** sulla ricerca di sistemi di alimentazione, validi dal punto di vista tecnico-economico, per la produzione di Grana Padano.
Ricerca sulle strutture produttive e le prospettive di mercato del settore, per conto del **Consorzio Florovivaisti di Como**.

DATI PERSONALI

- Nato il 23 Aprile 1963, convivente, un figlio di 17 anni.
- Appassionato di vela, trekking, sviluppo sostenibile.
- Associato APCO dal 2002(Associazione Professionale Consulenti di Direzione e Organizzazione).
- Presidente dell'Associazione ex studenti Master SMEA dal 2000 al 2004 (www.amanetwork.it). In questa veste mi sono occupato dei rapporti con l'Università Cattolica e, con il Consiglio, dello sviluppo delle attività di promozione professionale, culturale e sociale degli ex-studenti.
- Consulente dell'Associazione Tai, Associazione che si occupa di medicina naturale e salute. Attività di supporto nel gruppo di lavoro per la gestione e la riorganizzazione delle attività (1999-2000).
- Gruppo di lavoro WWF Lombardia-Eurisko sui temi dello sviluppo sostenibile. Progetto di ricerca "I bambini ed il consumo" (1998-1999).

ISTRUZIONE E FORMAZIONE

- Laurea in Scienze della Produzione Animale (Univ. Statale di Milano), voto 110/110 e lode (1986)
- Master in Economia del Sistema Agro-Alimentare dell'Università Cattolica di Milano (1988)
- Buona conoscenza dell'Inglese (Shenker Institute, British Council, Language Centre of Ireland-Dublino)

-Corsi di formazione inter-aziendali:

Negoziazione (IIR Training) - dicembre 1997
Project management (IIR Training) - novembre 1997
Gestione delle persone difficili (IIR Training) - novembre 1997
Gestione del tempo (IIR Training) - ottobre 1997
Il Database marketing (IIR Training) - novembre 1995
Il Private Banking (Business International) - giugno 1995
Marketing Training Program (6 settimane, 1 ogni due mesi)
Total quality (2 settimane residenziali)

-Training Inserimento Gruppo SME (maggio 1990 - dicembre 1990)

-Informatica:

Utilizzo dei più diffusi programmi di Office Automation (Word, Excel, Power Point)
Conoscenza e uso di programmi di Project Management (Project)
Uso corrente di programmi di e-CRM (Salesforce.com)
Conoscenza ed uso di dispositivi hand-held (bluetooth based)

Autorizzo il trattamento dei dati secondo la legge 675/96.