



Cristiano Napoli

Curriculum Vitae

INFORMAZIONI
PERSONALI Stato



BACKGROUND › Executive Management, c-Level e Membro di CdA

PROFESSIONALE › Esperienza in mercati nazionali ed internazionali: Eldo/Telefonia mobile/ Energy (nazionali) - Turismo/ Wellness&Integratori Alimentari/Automotive/Prodotti per la casa (internazionali)

- › Aziende e strutture commerciali B2B e B2C
- › Esperienza in mercati in evoluzione (NLT – Automotive), in trasformazione regolatoria (liberalizzazioni TLC/Energy) e in start up/espansione (wellness)
- › Canali di vendita tradizionali (reti di vendita fisiche dirette ed indirette e canali telefonici inbound ed outbound) ed alternativi (Multilevel Marketing)
- › Focus su Marketing B2C (con esclusione di esperienze su marketing di prodotto)

- › Consolidata esperienza di reengineering di processi commerciali e change management e business transformation

ESPERIENZE

Tupperware Italia S.p.A. – Gruppo Tupperware Brands (sede Orlando) – dal

PROFESSIONALI 10/2020 a 11/2022

Amministratore Delegato (Milano – I.); staff 40 risorse + 36 Concessionarie sul territorio nazionale, 5000 Incaricate alla Vendita, giro d'affari: 60 mil+/€

Principali risultati raggiunti:

- Cambio del modello organizzativo e di business (chiusura delle 36 concessionarie e processi di warehousing e shipment su piattaforma nazionale centralizzata) e trasformazione del modello di business in linea con i principi della diretta ex legge 173/2005

- Ristrutturazione dei processi commerciali in chiave vendita diretta (%GP da -9% di marzo 2022), riassetto del P&L (da -10% di ROS a 10/22 a +3% 2° sem 22)

modello di compensation plan multilivello

B2B (CONAD) – 15 mil/€ anno

- Introduzione del canale e-commerce B2C e B2B2C

centralizzazione dei
disciplina della vendita
ottobre 2020 a +82% a

- Introduzione di
- Lancio di iniziative

AUTOMOTIVE

CEO
sedi
management),
mil/€

SERVICE GROUP S.r.l. e A.S.A.P. S.r.l. (aziende partner di ALD Automotive – settore noleggio lungo termine) – dal 6/2019 al 7/2020

Automotive Service Group (Roma – I.); staff 128 risorse + 30 agenti su territorio nazionale, 2 operative, (funzioni Vendita Diretta ed Indiretta, Marketing, Operations, Re-Marketing, Lead giro d'affari: 600 mil+/€, fatturato ca 12

Amministratore Delegato ASAP (Roma – I.); staff 98 risorse, struttura dedicata alla gestione del post vendita per conto di ALD Automotive

HERBALIFE

Los Angeles) – dal

Dal 1/2012 al 5/2019 Sr.
(Roma-Milano), (funzioni
Finance,
100.000 Incaricati alla
mil+/€

Principali risultati

-
-
-
-

paesi) e top 10 a livello

-

Lega Nazionale Calcio

- Organizzazione e

Dal 7/2014

Consiglio Direttivo

-

ITALIA S.p.A. - GRUPPO HERBALIFE INTERNATIONAL (sede 1/2012 al 5/2019

Country Director Italia (Roma – I.); staff 95 risorse, 2 sedi Sales, Marketing, Call centre, Operations, Punti vendita, Tax&Accounting, Supply, IT, Servizi Generali), ca Vendita Indipendenti sul Territorio operanti in MLM, fatturato: 180

raggiunti:

- Incremento fatturato nel periodo in carica +70% e target annuali di EBIT conseguiti
- Incremento forza vendita ultimi 3 anni: +110%
- Reengineering processi commerciali e marketing
- Posizionamento di Herbalife Italia come mercato numero 1 nella Region EMEA (55

WW

Lancio di iniziative di branding e sponsorship di rilevanza nazionale (accordo CONI, Serie B)

gestione di eventi di formazione/motivazione per forza vendita a livello nazionale (ca 18.000 partecipanti su 3 eventi l'anno)

Amministratore Delegato di Herbalife Italia S.p.A. e Membro del

dell'Associazione per la vendita diretta in Italia (Avedisco)

MARRIOTT resort×hare – Dal 4/2009 al 22 risorse (c/o Call Medio Oriente.

medi/anno), 2,2 mil mailing/anno,

marketing

Oriente

PR &

Call

Alitalia, KLM,

Air

Oriente), carte

di

su UK della gestione filiale italiana

da ottobre 08 e

GRUPPO ENEL

7/2006 – 12/2007

– Mercato

liberalizzazione del

VACATION CLUB – dal 1/2008 al 12/2011 (Gruppo Marriott - Divisione sede Orlando)

12/2011: Sales&Marketing Director EME (Londra – UK); staff 8 risorse, Center di Cork), coordinamento funzionamento delle strutture marketing di Spagna e

Budget di marketing per vendita pacchetti turistici: 3,5 mil € (8.000 pacchetti venduti

fatturato per vendita di pacchetti: 13 mil/€

Principali aree di responsabilita':

Programmi di direct marketing a livello europeo attraverso campagne di direct e digital

Vendita di pacchetti turistici attraverso reti indirette per i mercati UK, Spagna e Medio

communication (gestione agenzie esterne);

center per la vendita (inhouse)

Sviluppo di attivita' di co-marketing con compagnie aeree (British Airways, Lufthansa,

Berlin e Brussel Airlines per mercato Europeo, Qatar Airlines ed Emirates per Medio

credito (Amex/VISA), car rental (Sixt)

Creative Service e piattaforme web

Lancio dei nuovi siti europei (www.47parkstreet.com e www.marriott-vacations.com)

Lancio di nuove iniziative di vendita attraverso punti di distribuzione commerciali (diretti ed indiretti) in modalita' "off-site" in nuovi mercati (lancio ad Aprile 2010 della sales gallery di Parigi, 1,5 mil/€ di

fatturato al 45% di costo complessivo, lancio di iniziative per il mercato italiano attraverso lo sviluppo di partnerships commerciali con Alitalia e Bulgari, apertura di una sales gallery presso il Marriott Central Park di Roma, sviluppo di iniziative di broker commerciale in Ungheria, Arabia Saudita, Libano, Russia)

1/2008-3/2009 Country Director Italia (Milano – I.); staff 4 risorse, rete di agenti nazionale (12 agenzie)

Fatturato: 4 mil/€, sviluppo del mercato italiano nel settore del timeshare Principali risultati raggiunti:

obiettivi di budget 1^ semestre raggiunti

sviluppo di Partnership per il mercato nazionale (American Express, British Airways, accordo di collaborazione con VolareWeb) e relative campagne di marketing diretto a supporto

da ottobre 08: a seguito di un processo di riorganizzazione europeo e centralizzazione e coordinamento dei mercati "off-site", nominato liquidatore delle

fino a marzo 09: Project Director (ad interim) del resort 47 Park Street di Londra (settore "fractional"): budget 9 mln/£, 20 risorse a staff (di cui 4 venditori)

(ENEL DISTRIBUZIONE ED ENEL ENERGIA) – dal 3/2001 al 12/2007

Enel – Divisione Mercato/Vendite (Roma), I. Responsabile Canali di vendita Teleselling e web Microbusiness e Residenziale; staff 20 risorse (riporti organizzativi: 2 Aree Territoriali, 1 struttura di Campaign Management a staff)

Principali aree di responsabilita' ed obiettivi raggiunti:

Start up Canale di Vendita telefonica inbound ed outbound in concomitanza della mercato elettrico su segmento residenziale (1/7/07)

<input type="checkbox"/> Attivazione di 30	Partner Nazionali (1700 postazioni attive sul totale Italia, di cui 500 per
<input type="checkbox"/> Lancio attività di	attività di inbound acquisitivo)
	campaign management in acquisition e retention su clienti gas consumer e microbusiness
market share Italia	Principali risultati raggiunti:
	<input type="checkbox"/> Acquisizione di 250.000 clienti su segmento residenziale nel 2° semestre 2008 (25% segmento consumer)
200 dipendenti)	Altri incarichi:
Divisione Mercato”	<input type="checkbox"/> Procuratore società Iridea -Taranto fino al 31/12/2006 (controllata al 100% da Enel Gas,
4/2006 – 7/2006 Enel –	<input type="checkbox"/> Project leader progetto McKinsey “Sviluppo performance canale Teleselling della
Funzione Marketing –	Divisione Mercato/Marketing (Roma), I. Responsabile Sviluppo Prodotti e Servizi; staff 6 risorse
Principali aree di	responsabilità:
<input type="checkbox"/> Lancio Campagna	Vendite “Enel Business”: Contrattualistica clienti mercato libero single e dual energy (introduzione vocal ordering per mercato elettrico)
<input type="checkbox"/> Definizione modello	organizzativo per il mercato libero ed attività di change management in collaborazione con la Funzione Personale
business	<input type="checkbox"/> Mapping processi energia e gas finalizzata alla fusione organizzativa delle due aree di
3/2005 – 3/2006 Enel	Energia SpA (Roma), I.
risorse + 30 risorse	Responsabile Funzione Sviluppo Canali e Customer Care (3/05 – 3/06); staff 8 Contact Center
2,2 TWh, 55.000 clienti	Principali aree di responsabilità ed obiettivi raggiunti:
da 1/1/06, circa 400	<input type="checkbox"/> Vendita energia elettrica clienti medium e small business, vendite campagna 2005/2006:
elettrica	<input type="checkbox"/> Sviluppo e gestione rete di vendita indiretta nazionale (65 strutture di Agenzia operative agenti operanti sul territorio nazionale) e definizione e gestione strutture contrattuali di agenzie e procacciamento d'affari
dell'energia elettrica, e	<input type="checkbox"/> Sviluppo nuovo sistema di CRM e di DB Marketing per il mercato libero dell'energia
<input type="checkbox"/> Due diligence	<input type="checkbox"/> Start up Contact Center per il mercato libero
business plan per definire	<input type="checkbox"/> Mappatura processi di pre-vendita, vendita e post-vendita per il mercato libero sistemi di analisi e monitoraggio costi di acquisizione e gestione
Responsabile Canali	<input type="checkbox"/> Progetto segmentazione mercato libero (elettrico e gas)
Principali aree di	società francese di vendita, con particolare riferimento alla struttura commerciale e sviluppo di un le modalità d'ingresso di Enel nel mercato francese retail
<input type="checkbox"/> Lancio Contact Center (avvio febbraio 04)	(6/03 – 3/05); staff 5 risorse
<input type="checkbox"/> Implementazione	responsabilità:
Confcommercio	per la gestione dell'apertura del mercato su segmento Partite IVA
	rete indiretta di vendita (12 Business Promoter); accordi di collaborazione con Enel.si,
	Sviluppo canale e-commerce Enel Energia

3/2001 – 5/2003 Enel
Responsabile Canale

Principali aree di

› Setup struttura

›

Distribuzione SpA (Roma), I.
Medium Business (6/02 – 5/03): 5 risorse a staff – 220 KAM

responsabilità:

commerciale per liberalizzazione mercato

Segmentazione Clientela Business relativamente al mercato vincolato e definizione del nuovo modello di funzionamento del segmento

› Sviluppo sistemi di CRM e Sales Force Automation

Altri incarichi:

› Responsabile Numero Verde per il piano di sostituzione dei Contatori Elettronici (50 risorse)

› Responsabile Customer Satisfaction Enel Distribuzione

› Responsabile Ricerche di Mercato Enel Distribuzione

› Responsabile Canale Web Enel Distribuzione

› Responsabile Marketing Operativo (3/01 – 6/02): realizzazione Marketing Database Enel Distribuzione

› Realizzazione e lancio campagna di co-marketing

“Enel Card” (Enel-Amex)

☐ T.I.M. S.p.A. (Roma) - dal 5/1998 al 3/2001

3/2000 – 3/2001 Divisione Business, I. Responsabile Progetto CRM e Gestione Operativa Customer Care;

5/1998 – 3/2000 Divisione Customer Care, I. Analista Programmazione e Controllo Customer Care 119

Merloni Elettrodomestici (Francoforte – Germania): stage Marketing (1/1998 – 5/1998) Altre esperienze lavorative ☐

Aeronautica Militare (Guidonia – Comando Aeroporto):

Ufficiale di complemento: Capo Sezione P.UMA.S.S. (6/1996 – 7/1997) Star Service International (Roma): promotore finanziario

EDUCATION

09/1991-03/1996

Laurea in Economia e Commercio: (110/110 lode)

Università L.U.I.S.S. – Roma

Lingue:

› Inglese e Tedesco: fluente scritto e parlato

› Italiano: madrelingua;

ALTRE INFORMAZIONI ☐

Altre esperienze

Relatore a corsi di public speaking e comunicazione

☐ Relatore esterno in corsi di formazione manageriale e convegni in ambito energy/turismo e

Interessi e Hobby

- Institut In possesso dell’attestato di conoscenza della lingua tedesca 7° livello, rilasciato dal Goethe
- Organizzatore dal 1994 al 2009 di tornei di calcio a 5 (400 persone partecipanti) e redazione settimanale di satira sportiva (250 copie)
- Ex Presidente di un’Associazione Sportiva Dilettantistica
- Ex Arbitro ed Osservatore arbitrale F.I.G.C.

Vendita Diretta

INTERNAL

- Membro del Consiglio Direttivo di uno sci club
- Sport praticati: sci, ciclismo, corsa, trekking, calcio a 5

Il sottoscritto autorizza al trattamento dei miei dati personali ai sensi della normativa privacy Reg. UE 2016/679 (GDPR) e D.Lgs.101/2018.