

CRISTIANO NAPOLI

INFORMAZIONI PERSONALI



BACKGROUND PROFESSIONALE

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

♦ Tupperware Italia S.p.A. – Gruppo Tupperware Brands (sede Orlando) – dal 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 centralizzazione dei processi di warehousing e shipment su piattaforma nazionale centralizzata) e trasformazione del modello di business in linea con i principi della disciplina della vendita diretta ex legge 173/2005
- Ristrutturazione dei processi commerciali in chiave vendita diretta (%GP da -9% di ottobre 2020 a +82% a marzo 2022), riassetto del P&L (da -10% di ROS a 10/22 a +3% 2° sem 22)
- Introduzione di modello di compensation plan multilivello
- Lancio di iniziative B2B (CONAD) – 15 mil/€ anno
- Introduzione del canale e-commerce B2C e B2B2C

♦ AUTOMOTIVE 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

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

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

♦ **HERBALIFE ITALIA S.p.A. - GRUPPO HERBALIFE INTERNATIONAL** (sede Los Angeles) – dal 1/2012 al 5/2019

Dal 1/2012 al 5/2019 Sr. Country Director Italia (Roma – I.); staff 95 risorse, 2 sedi (Roma-Milano), (funzioni Sales, Marketing, Call centre, Operations, Punti vendita, Finance, Tax&Accounting, Supply, IT, Servizi Generali), ca 100.000 Incaricati alla Vendita Indipendenti sul Territorio operanti in MLM, fatturato: 180 mil+/€

Principali risultati 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 paesi) e top 10 a livello WW
- Lancio di iniziative di branding e sponsorship di rilevanza nazionale (accordo CONI, Lega Nazionale Calcio Serie B)
- Organizzazione e gestione di eventi di formazione/motivazione per forza vendita a livello nazionale (ca 18.000 partecipanti su 3 eventi l'anno)

Dal 7/2014 Amministratore Delegato di Herbalife Italia S.p.A. e Membro del Consiglio Direttivo

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

♦ **MARRIOTT VACATION CLUB – dal 1/2008 al 12/2011**

(Gruppo Marriott - Divisione resort×hare – sede Orlando)

Dal 4/2009 al 12/2011: Sales&Marketing Director EME (Londra – UK); staff 8 risorse, 22 risorse (c/o Call Center di Cork), coordinamento funzionamento delle strutture marketing di Spagna e Medio Oriente. Budget di marketing per vendita pacchetti turistici: 3,5 mil € (8.000 pacchetti venduti medi/anno), 2,2 mil

mailing/anno, fatturato per vendita di pacchetti: 13 mil/€

Principali aree di responsabilità:

- Programmi di direct marketing a livello europeo attraverso campagne di direct e digital marketing
- Vendita di pacchetti turistici attraverso reti indirette per i mercati UK, Spagna e Medio Oriente
- PR & communication (gestione agenzie esterne);
- Call center per la vendita (inhouse)
- Sviluppo di attività di co-marketing con compagnie aeree (British Airways, Lufthansa, Alitalia, KLM,
- Air Berlin e Brussel Airlines per mercato Europeo, Qatar Airlines ed Emirates per Medio Oriente), carte
- di 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 modalità "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 su UK della gestione e coordinamento dei mercati "off-site", nominato liquidatore delle filiali italiane

- da ottobre 08 e 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)

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

7/2006 – 12/2007 Enel – Divisione Mercato/Vendite (Roma), I. **Responsabile Canali di vendita Teleselling e web** – Mercato Microbusiness e Residenziale; staff 20 risorse (riporti organizzativi: 2 Aree Territoriali, 1 struttura di Campaign Management a staff)

Principali aree di responsabilità ed obiettivi raggiunti:

- Start up Canale di Vendita telefonica inbound ed outbound in concomitanza della liberalizzazione del mercato elettrico su segmento residenziale (1/7/07)
- Attivazione di 30 Partner Nazionali (1700 postazioni attive sul totale Italia, di cui 500 per attività di inbound acquisitivo)
- Lancio attività di campaign management in acquisition e retention su clienti gas consumer e microbusiness

Principali risultati raggiunti:

- Acquisizione di 250.000 clienti su segmento residenziale nel 2° semestre 2008 (25% market share Italia segmento consumer)

Altri incarichi:

- Procuratore società Iridea -Taranto fino al 31/12/2006 (controllata al 100% da Enel Gas, 200 dipendenti)
- Project leader progetto McKinsey "Sviluppo performance canale Teleselling della Divisione Mercato"

4/2006 – 7/2006 Enel – Divisione Mercato/Marketing (Roma), I.

Funzione Marketing – Responsabile Sviluppo Prodotti e Servizi; staff 6 risorse

Principali aree di responsabilità:

- Lancio Campagna Vendite "Enel Business": Contrattualistica clienti mercato libero single e dual energy (introduzione vocal ordering per mercato elettrico)
- Definizione modello organizzativo per il mercato libero ed attività di change management in collaborazione con la Funzione Personale
- Mapping processi energia e gas finalizzata alla fusione organizzativa delle due aree di business

3/2005 – 3/2006 Enel Energia SpA (Roma), I.

Responsabile Funzione Sviluppo Canali e Customer Care (3/05 – 3/06); staff 8 risorse + 30 risorse Contact Center

Principali aree di responsabilità ed obiettivi raggiunti:

- Vendita energia elettrica clienti medium e small business, vendite campagna 2005/2006: 2,2 TWh, 55.000 clienti
- Sviluppo e gestione rete di vendita indiretta nazionale (65 strutture di Agenzia operative da 1/1/06, circa 400 agenti operanti sul territorio nazionale) e definizione e gestione strutture contrattuali di agenzie e procacciamento d'affari
- Sviluppo nuovo sistema di CRM e di DB Marketing per il mercato libero dell'energia elettrica
- Start up Contact Center per il mercato libero
- Mappatura processi di pre-vendita, vendita e post-vendita per il mercato libero dell'energia elettrica, e sistemi di analisi e monitoraggio costi di acquisizione e gestione
- Progetto segmentazione mercato libero (elettrico e gas)
- Due diligence società francese di vendita, con particolare riferimento alla struttura commerciale e sviluppo di un business plan per definire le modalità d'ingresso di Enel nel mercato francese retail

Responsabile Canali (6/03 – 3/05); staff 5 risorse

Principali aree di responsabilità:

- Lancio Contact Center per la gestione dell'apertura del mercato su segmento Partite IVA (avvio febbraio 04)
- Implementazione rete indiretta di vendita (12 Business Promoter); accordi di collaborazione con Enel.si, Confcommercio
- Sviluppo canale e-commerce Enel Energia

3/2001 – 5/2003 Enel Distribuzione SpA (Roma), I.

Responsabile Canale Medium Business (6/02 – 5/03); 5 risorse a staff – 220 KAM

Principali aree di responsabilità:

- » Setup struttura 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**♦ **Altre esperienze lavorative**

Merloni Elettrodomestici (Francoforte – Germania): stage Marketing (1/1998 – 5/1998)

Aeronautica Militare (Guidonia – Comando Aeroporto):

Ufficiale di complemento: Capo Sezione P.U.M.A.S.S. (6/1996 – 7/1997)

Star Service International (Roma): promotore finanziario

09/1991-03/1996

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

Università L.U.I.S.S. – Roma

Lingue:

- » Italiano: madrelingua;
- » Inglese e Tedesco: fluente scritto e parlato

Altre esperienze

- Relatore a corsi di public speaking e comunicazione
- Relatore esterno in corsi di formazione manageriale e convegni in ambito energy/turismo e Vendita Diretta

Interessi e Hobby

- In possesso dell'attestato di conoscenza della lingua tedesca 7° livello, rilasciato dal Goethe Institut
- 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.
- Membro del Consiglio Direttivo di uno sci club
- Sport praticati: sci, ciclismo, corsa, trekking, calcio a 5

EDUCATION

ALTRE
INFORMAZIONI