

SUMMARY

Ho 41 anni e, dopo una lunga esperienza di lavoro dipendente, parte della quale con ruolo dirigenziale, da diversi anni effettuo attività di consulenza a PMI presenti in settori di tipo prevalentemente tecnico.

Sono un manager di estrazione economica, con particolare esperienza ed interesse per i temi dello sviluppo internazionale, dell'innovazione di prodotto/processo e della crescita organizzativa. Sono solito operare a diretto contatto con il titolare, il direttore generale e/o il direttore commerciale, figure con cui, tipicamente, condivido e definisco gli obiettivi di progetto.

Il valore aggiunto che offro è rappresentato dalla capacità di analizzare, ottimizzare e introdurre processi e strumenti da utilizzare per lo sviluppo delle performance aziendali in ambito Sales, Marketing, Organizzazione e Innovazione di prodotto. Svolgo attività di formazione e Temporary Management anche su mercati esteri, in modo autonomo.

DATI ANAGRAFICI

Nome e cognome	Nazionalità
Indirizzo	Data di nascita
Mobile	Patente
E-mail	Disponibilità

ATTUALE OCCUPAZIONE

Titolare di Madeforexport servizi, ditta individuale con sede a Monza (MB) operante nel settore della consulenza di direzione in ambito business development internazionale, marketing e organization performance.

Si dettagliano di seguito alcuni progetti, svolti o in corso di svolgimento, per migliore comprensione dell'attività erogata. I nomi delle controparti sono stati rimossi per ragioni di privacy.

PORTFOLIO PROGETTI & BUSINESS CASE MADEFOREXPORT

Cliente: azienda di produzione booth insonorizzati per l'esecuzione di esami audiologici (app. mediche classe II) quota export sul fatturato >50%

Attività: consulenza finalizzata all'introduzione di processi per lo sviluppo nuovi prodotti, per la razionalizzazione del processo commerciale e la crescita organizzativa

- Analisi e definizione del posizionamento commerciale sul portafoglio clienti esteri attivi
- Introduzione fogli di calcolo per la definizione delle basi costo di prodotto, re-impostazione listini, sconti e pricing, introduzione politiche di incentivazione dei distributori
- ² Introduzione strumenti CRM per la gestione e valorizzazione del flusso informativo area sales/mkt internazionale
- Selezione ed introduzione figura back-office export di supporto all'attività commerciale
- Definizione ed implementazione strategia differenziata per linee prodotto, progettazione nuovi websites dedicati
- Definizione framework organizzativo per la creazione di nuovi prodotti, responsabilità, timing, fattori critici
- Supporto per l'introduzione di accordi di partnership con fornitori a monte / stranieri

I risultati ottenuti sono molto soddisfacenti, l'azienda ha introdotto con determinazione processi, strumenti e competenze nuove, consolidando la propria presenza all'estero, crescendo in modo importante. Il processo di creazione nuovi prodotti introdotto nell'anno 2014 consentirà di proporre due nuove linee prodotto "premium", derivate dalle precedenti, posiziona l'azienda al vertice in Italia ed in ambito di rilievo nel mercato estero

Cliente: azienda di produzione portavalori, portaoggetti casellari postali

Attività: consulenza finalizzata all'introduzione di processi marketing, ottimizzazione dei processi interni con riferimento specifico all'area innovazione di prodotto

- Mappatura processi sales, introduzione indici su CRM, riorganizzazione processo di preventivazione
- Analisi competitors e definizione strategie di marketing sul mercato europeo
- Sviluppo materiali di comunicazione, company profile, implementazione website, webmarketing e social prospecting per il mercato estero - Introduzione budget di marketing
- Supporto per l'ottenimento di finanziamenti all'export (per ricerca distributori)
- Introduzione di accordi di partnership per l'innovazione di prodotto (area internet of things)
- Supporto organizzativo e marketing per la pianificazione del progetto e il lancio di prodotto

I risultati ottenuti sono abbastanza soddisfacenti, l'azienda ha recepito ed introdotto processi e strumenti nuovi ed iniziato a compiere le prime vendite all'estero. Uno snodo importante è l'innovazione di prodotto cui è stato dato inizio e che potrebbe consentire di uscire dalle secche di un mercato nazionale fermo e di uno europeo dominato da giganti.

Cliente: azienda di produzione software

Attività: consulenza finalizzata all'introduzione di processi di comunicazione e marketing per la riduzione dei tempi di creazione della pipeline di prospects, per la riduzione del costo/prospect, per la massimizzazione del tasso di chiusura

- Analisi competitiva di prodotto e redazione marketing plan (web oriented), sua implementazione con:

- Ammodernamento identità aziendale (logo, materiali, linee grafiche ed immagine)
- Progettazione e implementazione nuovo website, introduzione strumenti e-mail marketing
- Raccolta e segmentazione dei dati e dei contatti aziendali
- Introduzione strumenti di comunicazione evoluta (web-conference), strumenti social prospecting (Linkedin)
- Formazione su tutti gli strumenti prima descritti a n° 2 stagisti (uso, strategie, timing, contenuti e reporting)

I risultati ottenuti sono molto soddisfacenti, l'azienda ha "cambiato volto", introdotto ed appreso processi, strumenti e competenze che hanno consentito una riduzione del 75% del tempo impiegato per generare contatti profilati ed allineati. Inoltre il costo per contatto è diminuito notevolmente grazie all'uso di tecnologie di comunicazione web ed automazione.

Cliente: azienda di progettazione, produzione e manutenzione di tecnologie per la protezione dell'ambiente, settore industria ed energie rinnovabili

Attività: consulenza finalizzata alla introduzione del processo di marketing, all'introduzione di processi per lo sviluppo nuovi prodotti (brevettati), allo scouting di opportunità sui mercati esteri

- analisi e posizionamento di prodotto, analisi impatto degli incentivi, fattori critici di successo
- preparazione piano materiali multilingua da produrre (case-history – company profile – product profile - presentazioni)
- web-marketing: ri-progettazione web-site, segmentazione liste contatti e campagne DEM, piano di comunicazione, campagne adwords,
- presentazione di prodotto presso eventi a carattere scientifico-divulgativo (ARPA, B2B,...)
- adeguamento organizzativo interno, formazione di una risorsa affidatami sull'uso degli strumenti introdotti
- esecuzione di missioni commerciali all'estero per creazione rete contatti ed export (Marocco - Turchia – Bulgaria)
- sviluppo accordi di partnership con produttori di tecnologie complementari per creazione proposte "bundle" al mercato

I risultati ottenuti sono soddisfacenti, l'azienda, di matrice piuttosto tradizionale, ha comunque introdotto processi, strumenti e competenze nuove. Il processo di creazione nuovi prodotti e partnership introdotto, nell'anno 2014 ha consentito di proporre una nuova linea prodotto in partnership con primari produttori italiani (di prodotti complementari)

Cliente: azienda di progettazione e distribuzione di tecnologie per l'analisi spettroscopica e gascromatografica per il settore industriale

Attività: consulenza finalizzata all'introduzione di processi di comunicazione e marketing – change management

- Analisi dei processi di marketing e comunicazione in essere e definizione del nuovo programma operativo marketing
- Presentazione, coinvolgimento, teambuilding alle figure chiave del processo di creazione dei contenuti (product manager)
- Formazione sull'uso del CRM, allineamento processi
- Impostazione della strategia di comunicazione sulla value proposition, sviluppo contenuti e materiali di comunicazione, company profile, case-history
- Introduzione strumenti di comunicazione evoluta (web-conference), strumenti social prospecting (Linkedin), strumenti di Direct email Marketing
- Formazione su tutti gli strumenti prima descritti a n° 1 figura dedicata (dipendente)

Al momento il progetto è in fase di sviluppo

PRECEDENTI ESPERIENZE

gennaio 2010 – dicembre 2012:

Business Development Manager presso Alchemia srl (BS), azienda di produzione nel campo della chimica fine con specialità destinate all'industria (OEM) ed al canale ho.re.ca.

Progetti di cui mi sono occupato:

A) Sviluppo e supporto rete di vendita:

- recruiting e selezione agenti di commercio/area manager per costruzione rete di vendita
- progettazione e programmazione delle attività di formazione e successivo affiancamento della forza vendite entrante – coaching – attività di team building
- definizione budget ed implementazione delle politiche di promozione distributori / incentivazione area manager

B) Altri:

- sviluppo del marketing plan per prodotto specifico (settore depurazione acque), selezione e contatto potenziali partner italiani ed esteri interessati allo sviluppo industriale
- selezione progetti di ricerca e bandi europei nel segmento green chem
- ricerca e selezione nuovi fornitori esteri per materie prime
- centro di responsabilità relativamente alle procedure ISO 9001 lato sales

La mia attività ha raggiunto i seguenti obiettivi: crescita dimensionale della rete di vendita (+20 unità stabili) e del fatturato (+34%, 2011 su 2010 / +5% 2012 su 2011), importante aumento della copertura geografica

gennaio 2009 - dicembre 2011:

Business Development Manager presso Assegenik srl, azienda start-up operante nel campo dell'abbattimento fumi da combustione biomasse e licenziataria di tecnologia brevettata.

Mansioni principali:

- analisi e posizionamento di prodotto, canali di vendita
 - prospecting tecnico-commerciale di clienti e partners in Italia, Svizzera ed UE
 - presentazione in Italia e UE, presso fiere, convegni e meeting BtoB della tecnologia proprietaria
 - ideazione, proposta, e sviluppo azioni di marketing operativo (web, fiere, ...)
 - negoziazione relativa ad accordi di partnership e/o licensing
 - nell'anno 2010 ho preso parte ad una missione di 2 settimane in Cina (Fouzhuzhou), per trattativa con partner cinese (JV).
- La mia attività ha raggiunto i seguenti obiettivi: n° 2 impianti realizzati (ITA/CH), cessione in sub-licenza esclusiva dei diritti di sfruttamento della tecnologia (2011) per tutti i 27 paesi UE.*

gennaio 2005 - dicembre 2008:

General Manager Italia, inquadramento dirigenziale, presso Plastici industriali srl (MI), con gestione di un team di 6 collaboratori interni e 5 esterni.

Mansioni principali:

- responsabile, in forza di specifica procura, dell'intera attività aziendale ordinaria (sales & marketing – organizzazione aziendale – HR – amministrazione - acquisti)
 - definizione dei listini e del budget di vendita, monitoraggio dei margini e della redditività, politica del credito
 - selezione dei fornitori italiani ed esteri, rappresentante dell'azienda presso di loro durante visite a loro stabilimenti e presso fieri di settore
 - selezione ed inserimento di agenti e distributori, sviluppo delle attività di supporto alle vendite (back office tecnico-customer care-organizzazione) e formazione del relativo personale
 - partecipazione a fiere nazionali ed internazionali sia per la vendita di prodotti che per il sourcing di nuovi fornitori
- I risultati ottenuti, per il mercato e la classe dimensionale di riferimento, sono stati molto soddisfacenti, con una crescita del fatturato da circa 2 a 3,8 ml di euro e con un importante ampliamento dell'offerta e crescita della qualità del servizio tecnico commerciale offerto.*

settembre 2002 - dicembre 2004:

Sales Manager presso Plastici industriali srl (MI), sede centrale.

Mansioni principali:

- prospecting tecnico-commerciale di clienti
- gestione pacchetto clienti esistente (margini, prodotti, promozioni)
- supporto per organizzazione eventi fieristici
- preparazione offerte e negoziazione

I risultati ottenuti sono stati particolarmente consistenti, e mi hanno consentito di avanzare alla successiva mansione di tipo direzionale. Questa esperienza includeva continue visite in stabilimenti presso OEM e mi ha consentito di conoscere le criticità tecnico-economiche e normative, relative ai materiali e i processi di produzione in aziende di vari settori (packaging, food processing, sorting, pharma, medicale, elettronico, bottling, handling, impiantistico, chimico, meccanico ed altri minori). Ho imparato a negoziare su basi tecnico-economiche con buyers di grandi aziende.

1997 - 2002:

Contratto di formazione lavoro, poi part time a tempo indeterminato, presso Plastici Industriali srl distributore di materiali plastici ad alto contenuto tecnico.

Mansioni: back office, poi impiegato customer service / inside sales presso la sede secondaria (Emilia)

PERCORSO FORMATIVO

Master - 2013

NIBI, Nuovo Istituto di Business Internazionale, **MASTER DI II LIVELLO - INTERNAZIONALIZZAZIONE D'IMPRESA** – Anno 2013

Laurea - 2003

ECONOMIA AZIENDALE presso la Facoltà di Economia Commercio dell'Università Degli Studi di Parma, laurea conseguita con **VECCHIO ORDINAMENTO** nel marzo 2003. L'intero corso di studi è stato svolto in concomitanza di attività lavorativa.

Diploma:

Diploma di **MATURITÀ CLASSICA** conseguito presso il Liceo Bartolomeo Zucchi - Monza.

Formazione continua e corsistica

2013: **NIBI/SERVIZI ESTERO:** Modulo Business English

2005-2013: **CFMT:** Oltre 15 corsi (1 – 2 gg/cad) di approfondimento manageriale nelle aree Marketing, Business design, Sales

2011 : **NIBI:** Nuovo Istituto di Business Internazionale, corso Executive "Finanziamenti per l'internazionalizzazione"

2010 : **GSISR:**N° 2 seminari riguardanti tecnologie di controllo dell'inquinamento e relativi approfondimenti normativi

2006: **CESAP:**N° 2 corsi di approfondimento su polimeri, reologia e materie plastiche

CAPACITA' PERSONALI e COMPETENZE:

Conoscenze linguistiche:

Inglese:

scritto e parlato molto buono, conoscenza del linguaggio tecnico, utilizzato da tempo in sede di negoziazione commerciale. Ho partecipato a stage con insegnanti madrelingua. Leggo abitualmente in lingua.

Spagnolo:

scritto basico, parlato sufficiente . Ho collaborato per circa due mesi con azienda spagnola (Valencia) in stage.

Capacità e competenze manageriali

Capacità di analisi desk del mercato (potenziale, concorrenza, margini, canali) e redazione business plans per lo sviluppo internazionale, penetrazione nuovi mercati

Capacità di analisi quali-quantitativa di portafoglio clienti, di listini, margini, incidenza costi, ricarichi, costruzione politiche di incentivazione

Conoscenza degli aspetti giuridici rilevanti in ambito international sales dogane, incoterms, valute, garanzie,...

Conoscenza degli strumenti di copertura del rischio in ambito internazionale (strumenti cartolari, garanzie, assicurazioni)

Conoscenza dei contratti di vendita, distribuzione, franchising, licensing, partnership, joint-venture, anche internazionali
Finanziamenti regionali/nazionali ed europei – analisi finanziaria – analisi degli investimenti

Capacità e competenze tecniche di prodotto

Conoscenza approfondita di prodotti tecnici plastici conoscenza aspetti tecnici, applicativi regolatori e produttivi

Tecnologie di protezione dell'ambiente (aria) conoscenza aspetti tecnici, applicativi regolatori e produttivi

Tecnologie per la produzione di energia (cogenerazione, ciclo combinato, ORC, biomasse, ...) conoscenza aspetti tecnico-applicativi, finanziari.

Capacità e competenze organizzative

Conoscenza approfondita dei processi e delle variabili critiche in ambito organizzativo con particolare riferimento alle PMI

Recruiting, selezione, formazione e coaching in area sales (costruzione reti di vendita), marketing (planning, budget)

Capacità di gestione progetti di sviluppo in area web-marketing (mailing –social – seo – sem), inside-sales, CRM

Conoscenze informatiche:

Utilizzo avanzato applicativi Ms Office

Conoscenza ed utilizzo applicativi CRM, applicativi per campagne DEM, per la pubblicazione on-line (CMS)

Conoscenza intermedia analisi SEO, strumenti quali Google Analytics, Adwords, Webmaster tools

Conoscenza ed utilizzo di vari software per la gestione di team remoti (Evernote, Slack, Trello, Gdocs...)

Utilizzo quotidiano software per gestione progetti (Bento, Filemaker, smartsheet) e

Monza, 2 novembre 2015

Si autorizza, ai sensi del D.Lgs. 196/03 al trattamento dei dati personali con finalità di selezione del personale.

Gian Marco Nava