

Gianluigi Zarantonello

Nato il 23/02/1980 a Valdagno (VI)

Residente in Via Mezzavia 19, 35038, Montegrotto Terme (PD)

Tel. 049/754264

Mobile 349-6453514

E-mail info@gianluigizarantonello.it Sito <http://www.gianluigizarantonello.it>

Stato civile Coniugato

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi del D.Lgs. 196/2003

ALLEGATO 1 AL CURRICULUM VITAE – DETTAGLI ESPERIENZE LAVORATIVE

Valentino S.p.a (www.valentino.com)

Ruolo Ricoperto: Head of Digital Solutions

Periodo : Novembre 2016 - oggi

Descrizione Incarico: Direttore del dipartimento aziendale che a livello global si occupa di digital transformation, in collaborazione con IT, HR e tutte le funzioni di business.

La mia direzione, oltre a fare da punto di snodo e dialogo tra necessità aziendali e temi tecnologici, segue direttamente una serie di tecnologie quali le app iPad di boutique, l'intranet, i sistemi di collaboration, il DAM, i sistemi di collaboration.

OVS S.p.a (www.ovscorporate.it) e Gruppo Coin S.p.a (www.gruppocoin.it)

Ruolo Ricoperto: Responsabile Digital Technology – Chief Digital Officer

Periodo : Gennaio 2015 – ottobre 2016

Descrizione Incarico: Con questo passaggio di ruolo ho preso il governo dell'ecosistema digitale di OVS, UPIM, COIN, EAT'S, BLUKIDS, IANA ed EXCELSIOR MILANO.

A cavallo tra la funzione IT e le linee di business garantisco la coerenza e l'efficacia dell'approccio multicanale e della customer experience, con grande attenzione ai dati e all'evangelizzazione dei colleghi di tutte le aree in ottica di digital transformation.

Gruppo Coin S.p.a (www.gruppocoin.it) e OVS S.p.a (www.ovscorporate.it)

Ruolo Ricoperto: Digital Marketing Manager

Periodo : Marzo 2012 – Dicembre 2014

Descrizione Incarico: Con questo passaggio di ruolo ho preso la piena responsabilità di tutte le attività di digital marketing di GRUPPO COIN e dei suoi brand OVS, COIN, UPIM, IANA ed EXCELSIOR MILANO.

Definisco la strategia e le attività sul digitale, il mio profilo oggi sta dunque trasformandosi in quello che negli USA viene definito Chief Marketing Technology Officer, su cui potete trovare ampia documentazione online. Opero in stretta cooperazione con il marketing e il CTO e rispondendo al direttore generale. Cfr. anche pagina 4 e seguenti.

Coin S.p.a (www.coin.it)

Ruolo Ricoperto: Responsabile dei progetti e della comunicazione web

Periodo : Settembre 2006 – Marzo 2012

Descrizione Incarico: Ho lavorato nella direzione marketing dell'azienda e alle dirette dipendenze del Direttore Marketing prima e del Direttore Generale poi mi sono occupato di gestire e sviluppare le attività e la comunicazione sul web e sui nuovi media dei brand COIN, UPIM ed EXCELSIOR MILANO.

In particolare ho svolto una funzione di project leader per i vari progetti a vocazione digitale, tra cui l'e-commerce Coincasa nella sua versione 2009-2013, progetto gestito a 360° nella startup (selezione fornitore, piattaforma tecnologica, operation, organizzazione team, interfacciamento tra enti aziendali ed esterni, selezione prodotto, business plan).

Ho fatto da coordinamento fra l'ufficio marketing ed i diversi interlocutori tecnici esterni (fornitori) ed interni (CED) dell'azienda.

AGE – Agenzia Giornalistica Europa (www.agenews.it)

Ruolo Ricoperto: Responsabile Marketing

Periodo : Settembre 2004 – 1 Novembre 2005

Descrizione Incarico: Ho svolto questo lavoro prevalentemente a distanza dall'ufficio di casa, il mio incarico riguardava lo studio di nuovi prodotti rivolti soprattutto al target aziende (uffici stampa in outsourcing, servizi di visibilità stampa, content providing) e la gestione del relativo mercato.

Mi sono occupato inoltre dello sviluppo di partnership e dello sviluppo del brand aziendale (aumento della notorietà, rafforzamento dell'immagine, parte della comunicazione esterna).

Infine negli ultimi mesi mi sono dedicato al rafforzamento della rete commerciale tramite la selezione di nuovi consulenti commerciali ed il loro coordinamento.

Ad oggi mantengo un'attività di collaborazione esterna nell'ambito commerciale dell'azienda.

Connecting-Managers – Network relazionale del Marketing e della Comunicazione (www.connecting-managers.com)

Ruoli Ricoperti nel tempo: Resp. Redazione e Contenuti, Resp. Progetto, Community Manager

Periodo : Luglio 2003 – Oggi (Attività paragonabile ad una associativa)

Descrizione Incarico: Sono entrato nel progetto (a carattere nazionale) fin dall'inizio e sono una delle due persone del team originario che sono rimaste al suo interno.

Inizialmente mi sono occupato dei contenuti editoriali, sviluppandoli in un'ottica di attrazione e fidelizzazione del target atteso dal progetto.

Ho dunque ricercato i collaboratori e organizzato palinsesti e procedure editoriali.

A partire dalla seconda versione del sito e poi soprattutto con la terza e la quarta (attuale) mi sono occupato della gestione generale del progetto e della strategia di sviluppo, strutturando direttamente l'organizzazione (logica e operativa) del sito e del suo team.

Attualmente il mio incarico principale è quello di Community Manager, con responsabilità di sviluppo della Area Community del portale e di gestione delle relazioni con i membri del network.

Comunitazione.It – La Comunità dei Comunicatori che Interagiscono (<http://www.comunitazione.it/>)

Ruolo Ricoperto: Content Manager

Periodo : Ottobre 2002 – Settembre 2004

Descrizione Incarico: Mi sono occupato dello sviluppo dei contenuti, del coordinamento della redazione e della gestione dei palinsesti.

Ho svolto inoltre, in collaborazione con altre persone, diverse attività di promozione del sito (sviluppo di partnership, gestione di relazioni con soggetti istituzionali, accademici e imprenditoriali, comunicazione esterna).

Prima di lasciare l'incarico ho formato il personale che mi ha sostituito nell'incarico.

Mantengo una partecipazione nella redazione e continuo a collaborare part time nel tempo libero.

Attività personale di consulenza (<http://www.gianluigizarantonello.it/>)

Ruolo Ricoperto: Titolare

Periodo : 2002 – 2009 (dal 2005 con partita IVA personale)

Descrizione: Già in ambito universitario ho iniziato a svolgere delle attività di consulenza in ambito marketing e comunicazione, specie rispetto alle possibilità offerte dalle nuove tecnologie.

Queste attività si sono svolte sempre in collaborazione con terze persone fino al 2005, quando ho aperto una mia partita IVA indipendente all'interno della quale ho riunito tutte le mie attività, comprese quelle sopra indicate (in nessuno dei casi citati il mio contratto è da dipendente).

Tra gli incarichi svolti per varie aziende (oltre a quelle indicate in questo documento) posso citare: studio del mercato e riposizionamento competitivo dei prodotti, attività di comunicazione esterna, revisione e sviluppo dei siti internet e della presenza sul web, attività di ufficio stampa/comunicazione stampa, sviluppo immagine aziendale e relativi materiali illustrativi, progetti di vario tipo sul web.

ALLEGATO 2 AL CURRICULUM VITAE – DETTAGLI COMPETENZE

Strategia digitale, e-commerce e digital transformation roadmap

Si tende spesso a ridurre il digitale ad una semplice attività operativa, in larga parte sul web, per la quale non è necessario disegnare una strategia

È un approccio che considero fallimentare: il **digitale è ormai un asset strategico** che va visto come ecosistema di web, digital signage, mobile, e-commerce e molto altro.

La sua gestione richiede **una conoscenza approfondita degli strumenti ma anche capacità manageriali** e visione di insieme di tutta la strategia dell'azienda nel suo complesso.

Inoltre chi se ne occupa deve essere in grado di **favorire il cambiamento culturale all'interno dell'organizzazione** per seguire i nuovi paradigmi di business (social media, multicanalità, contenuti liquidi, the big data etc.), riuscendo a rapportarsi con tutte le funzioni e facendo da ponte fra IT e commerciale.

Il mio profilo oggi sta dunque trasformandosi in quello che negli USA viene definito **Chief Digital Office** o anche in parte Chief Marketing Technology Officer, su cui potete trovare ampia documentazione online.

Questo è il ruolo che ricopro oggi e cui aspiro maggiormente anche in futuro, **per aiutare le aziende a gestire la digital disruption.**

Sul mio blog è possibile leggere molti contributi che spiegano la mia visione, mentre qui potete vedere parte dei progetti passati e in corso.

E-commerce e multi-channel retail

Ho avuto modo di seguire **come coordinatore di progetto lo startup di siti e-commerce** e di strumenti che **uniscano le vendite tradizionali a quelle puramente online** (quali ad esempio le live nozze online).

Ho avuto inoltre l'opportunità di partecipare a importanti meeting internazionali sul tema, scambiando esperienze e know-how con i responsabili e-commerce di alcuni dei più grandi player internazionali.

Da queste esperienze ho maturato anche la convinzione dello **stretto legame che intercorre tra vendite online, altri canali innovativi e distribuzione tradizionale** e per questo **il multi-channel retail** è attualmente uno dei campi cui mi sto dedicando.

Single Customer View e Marketing Automation

Il **CRM in realtà è un approccio, e non un software**, e negli ultimi 5 anni non può più guardare solo ai tradizionali canali di vendita ma deve costruire una **vista del cliente a 360° gradi**. Per questo la costruzione di un processo di acquisizione e consolidamento dei dati che vengono da tutte le fonti è cruciale, siano essi smart data o big data, e da queste informazioni ci si deve fare guidare per essere rilevanti ed efficaci agli occhi del consumatore.

Siccome non può essere solo uno studio teorico **questo approccio data driven deve poi innestarsi su sistemi di marketing automation** che attivino comunicazioni e promozioni al momento giusto e per le persone giuste. Un tipo di progetto che ho seguito e sto tutt'ora seguendo.

Progetti e attività di marketing e comunicazione multicanale

Ormai siamo in un contesto competitivo in cui la comunicazione ed il marketing **si muovono in una dimensione multicanale**, in cui raggiungiamo il target attraverso molteplici strumenti.

Nella mia esperienza mi sono occupato del **coordinamento tecnologico e strategico di diversi canali**, quali ad esempio l'email marketing, gli sms, il mobile web, i widget, le web radio, il digital signage ed il proximity marketing, che agiscono insieme trasmettendo un unico messaggio coerente basato su di un preciso piano di contatto.

Social media marketing, crm e social crm

Ho avuto modo nel tempo di inserirmi, per quanto riguarda la componente digitale e tecnologica, **in importanti e strutturati programmi di loyalty e crm**, sviluppando anche competenze progettuali di system integration tra sistemi online e offline.

Contemporaneamente, avendo seguito il mondo nascente dei social media fin dal 2000, ho sviluppato **articolati progetti di social media marketing** che coinvolgono diversi strumenti (monitoraggio della reputazione, social network, mobile, widget etc.).

Al momento sono impegnato in progetti che uniscano queste due componenti **per andare verso il social crm**, ossia l'unione dei programmi loyalty con le attività di coinvolgimento del target ingaggiato sui social media.

Mobile web e oltre

La navigazione via mobile è solo la punta di un iceberg fatto di servizi e strumenti che stanno cambiando il nostro modo di vivere.

Dal 2007 mi sto occupando attivamente della **sperimentazione delle possibilità di marketing sui device mobili** e a questo sto affiancando pilot e progetti sui fronti più interessanti, come l'utilizzo di QR code, realtà aumentata, servizi di geolocalizzazione, iBeacon e strumenti multimediali di vario tipo che consentano un punto di contatto continuo con il target e l'interazione fra prodotti/negozi fisici e mondo digitale in modo bidirezionale e integrato.

Progettazione di grandi progetti web e coordinamento nella realizzazione

Il primo mio campo di specializzazione è stato quello della progettazione e realizzazione di grandi progetti internet, lo faccio ormai dal 2002.

Dunque posso occuparmi del vostro progetto, organizzare una struttura editoriale e/o un team di lavoro formando le persone necessarie, posso cercare i fornitori che più si addicono alle vostre esigenze e coordinare il loro operato.

Inoltre sono in grado di progettare e gestire la realizzazione di una vera Community online che aggrega i vostri pubblici di interesse con strumenti e contenuti adeguati.

Infine posso curare la comunicazione e la crescita di questo vostro progetto attraverso i numerosi rapporti che intrattengo da tempo con molte testate tecniche e di settore (marketing e management).

Formazione, enterprise 2.0 e divulgazione

Infine ho avuto diverse occasioni di fare **formazione sui temi di cui sopra insegnando all'interno di master universitari ed executive** ([vedi dettagli nella sezione docenze del mio sito](#)).

Mi sto occupando inoltre di enterprise 2.0 e sistemi di comunicazione interna, cercando di applicare all'interno delle organizzazioni i principi e gli strumenti dei social media per migliorare la condivisione di informazioni e la produttività, formando tra l'altro le persone individuate come evangelisti e motori del cambiamento.

Last but not least **scrivo molto sulle tematiche di mio interesse professionale**, per passione ma anche per fare cultura e far comprendere alle aziende l'importanza di questi scenari. Oltre che sul [mio blog](#) i miei articoli sono pubblicati su diverse testate online e offline ed alcuni miei contributi sono stati inseriti in libri di settore.