

Marco Arnone

Nato | 10/12/1976
Domicilio | Milano, via Alcuino 1
Telefono | +39 3337559627
E-mail | marco.pietro.arnone@gmail.com
Sito Internet | www.arnone.tk

2013 > 2017

Acqua di Parma (LVMH) - Profumi e Cosmetici di Lusso **Digital & CRM Manager**

Responsabile delle attività di **Digital Communication** (E-Commerce & Corporate Website, Social Media, Direct Marketing e Digital Media) e di **Customer Relationship** (CRM e Customer Care B2C)

Riporto diretto al CEO e membro del Comitato Direttivo; gestione gerarchica di un **team di 6 persone**, e coordinamento funzionale di risorse di Headquarter e di filiali locali con definizione strategica delle azioni e allocazione di un **budget complessivo di 1,8 Mio €**

Digital & Social Media

- Definizione della strategia e coordinamento dei conseguenti piani di attività di **Digital Communication**
- Gestione del planning **Owned, Earned e Paid Media**
- Strategia e lancio della piattaforma **E-Commerce** in Europa
- Supervisione delle attività di **E-Retailing e Digital PR**
- Gestione di operazioni di ottimizzazione della visibilità sui motori di ricerca, tramite ricerche naturali (**SEO**) e operazioni di keyword advertising (**SEM**)
- Attività di **Brand Reputation** a difesa e promozione dell'immagine aziendale
- Monitoraggio e interventi di rimozione delle vendite on-line non autorizzate o della riproduzione di materiale protetto, con supervisione delle **azioni legali**
- **Creazione e sviluppo del team Digital & CRM**
- Membro del **International Digital Committee LVMH**

Risultati significativi:

- Miglior **Engagement Rate** del gruppo LVMH su **Instagram (2,9%)** e **Facebook (0,7%)**, e seconda migliore prestazione rispetto alla concorrenza (fonte: SocialBakers 2016)
- **E-Commerce Turnover: +86%** (2015); **+26%** (2016); **+10%** (2017)
- **E-Commerce Conversion Rate** medio: **0,9%**
- **E-Commerce Direct Marketing** - Open Rate: **25%**; Click-through Rate: **10%**
Corporate Direct Marketing - Open Rate: **41%**; Click-through Rate: **26%**
Media della concorrenza - Open Rate: 19%; Click-through Rate: 2% (fonte: MailChimp)
- Digital Media - **Cost per Fan** medio: **0,8 €**; **Cost per Lead** medio: **6,8 €**
- Brand **Impression Share** su Google: **95%**

CRM & Customer Care

- Definizione della strategia e coordinamento dei conseguenti piani di attività di **Customer Relationship** selettiva e clusterizzata
- Sviluppo dei **piani di azione CRM** per tutte le filiali
- Coordinamento strategico del programma di **loyalty**
- Elaborazione analisi **statistiche** delle abitudini di acquisto e sviluppo di strategie ed azioni conseguenti
- Attività di **Digital CRM e Customer Journey** a beneficio della Customer Experience in ambiente Omnichannel
- Supervisione delle attività di **Customer Care B2C** nella gestione delle **interazioni digitali e non** coi clienti finali
- Leader del progetto di adoption della piattaforma **Salesforce Service & Marketing Cloud**

Risultati significativi:

- **CRM Database: +34%** (2014); **+25%** (2015); **+23%** (2016)
- **ROI** medio delle attività di **Loyalty: 2,1**
- Percentuale di gestione di casi di **Customer Care** entro le **24 ore: 90%**

2007 > 2013	<p>Artemide - Illuminazione e Design di Lusso E-Commerce & Web Manager Riporto diretto del CEO, con gestione gerarchica di un team di 2 persone. Responsabile della strategia e dell'esecuzione del progetto E-Commerce UK, dal punto di vista comunicativo e commerciale, e di tutte le attività web e Direct Marketing aziendali</p> <p><i>Risultati significativi:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Imposizione di una nuova figura professionale nata come operativa ed evoluta in manageriale - Roll-out della piattaforma in-house di E-Commerce in UK mantenendo i costi di start-up prossimi allo zero - Project Leader del progetto di rifacimento piattaforma e sito web - Contribuzione allo sviluppo della cultura della Comunicazione Digitale internamente all'azienda
2004 > 2007	<p>Goal.com - Web Portal internazionale in ambito calcistico Communication & Partnerships Manager Gestione dei rapporti con Partners e Sponsor di supporto al progetto di start-up e responsabilità del dipartimento Comunicazione e Grafica</p> <p><i>Partners principali:</i> Adidas, Pepsi, Telecinco, Il Sole 24 Ore, Belgacom</p>
2002 > 2004	<p>SoccerAge.com - Web Agency in ambito calcistico Communication Manager Responsabile dei progetti "Siti ufficiali" delle squadre di calcio di Serie A</p> <p><i>Clients principali:</i> Milan, Parma, Fiorentina, Sampdoria, Lazio, Torino, Bologna</p>
2002	<p>Telelink - Web Agency di servizi per telefoni cellulari Art Director Gestione del contatto coi clienti, creazione pagine pubblicitarie e media buying</p> <p><i>Progetti principali:</i> sviluppo Ivrr e Voice Broadcasting a seguito di training su piattaforme all'estero (Madrid e Oslo)</p>
2000	<p>Inferentia - New Media Agency Web Designer Stage in Web Design e Comunicazione</p> <p><i>Clients principali:</i> Corriere della Sera, Ligabue</p>

TITOLO DI STUDIO

Dottore in Disegno Industriale

Tipo di laurea	Disegno Industriale - laurea specialistica quinquennale (vecchio ordinamento)
Indirizzo	Progettazione multimediale e comunicazione visiva
Università	Politecnico di Milano, Facoltà di Architettura e Design
Titolo tesi	Cineforum Virtuale: comunicare il Cinema tramite Internet
Votazione	Laureato a pieni voti (91/100) il giorno 11 aprile 2001
Diploma	Maturità Scientifica conseguita nell'anno 1995

CONOSCENZE LINGUISTICHE

Inglese	Ottimo
Spagnolo	Buono
Francese	Sufficiente

COMPETENZE INFORMATICHE

Web applications (Dreamweaver); **Grafica tradizionale** (Photoshop) e **vettoriale** (Illustrator)

HOBBIES E INTERESSI PERSONALI

Essere un viaggiatore, non un turista. Padre di due figli, traggio serenità dal cucinare e dal godere della buona tavola. Amante della bicicletta e della chiave di osservazione del mondo circostante che essa concede; pratico senza ossessione, ma con passione, ogni tipo di attività sportiva.