MARCO ARNONE nato a Milano, il 10/12/1976
marco.pietro.arnone@gmail.com +39.3337559627 www.linkedin.com/in/marcoarnone

CRM & OMNICHANNEL
Manager responsabile delle attività global **CRM**, **Omnichannel**, **Digital**, eCommerce, **Retail** Marketing, Customer Care, Digital Media e **Social Media** nei mondi del **Lusso**, del **Fashion** e del **Design** per differenti categorie merceologiche: Abbigliamento, Arredo, Illuminazione, Profumi, Calzature e Pelletteria.

Ho guidato molteplici processi di **Digital Transformation**, integrando l'approccio on-line con quello Retail e Wholesale in una visione **Client Centric**, per ottenere piena consapevolezza del Client **Journey**.
Ho costruito e gestito team con crescenti livelli di complessità.
Ho gestito e ottimizzato budget per attività di **Clienteling** e database di differenti dimensioni e complessità.
Mi sono state riconosciute capacità di gestione di collaboratori e partners, efficacia comunicativa e creatività.

2021 **Trussardi** - *Fashion*
Head of CRM
Responsabile dello sviluppo e della implementazione delle nuove strategie di Client Relationship, Segmentation e **Omnichannel Customer Journey**. Definizione di obiettivi di KPI per Retail e eCommerce, **Loyalty & Gifting Plan**.
Coordinamento del team Global e delle filiali (EMEA, Russia, China).

2018 **Dolce & Gabbana** - *Luxury Fashion*
Global CRM Director
Responsabile delle attività global di **CRM & Reporting**, **Client Experience**, gestione delle sfilate e degli eventi, Omnichannel Marketing, Loyalty & Gifting plan, definizione dei **KPI** Retail.
Coordinamento del team Global e delle filiali (EMEA, US, China, South East Asia, Japan, Korea, Latin America, Australia).

2017 **Bally** - *Calzature e Fashion*
Head of Global CRM
Responsabile di Client & Prospect Relationship Management, Direct & **Retail Marketing**, CRM Training, Database Management e Client Intelligence Reports & Analysis.
Progettazione del CRM Action Plan worldwide, integrato con le attività eCommerce in contesto **Omnichannel**. Leader del **Loyalty** plan, basato su attività di Clienteling & Business Intelligence.
Coordinamento del team Global e delle filiali (EMEA, US, China, Japan).

2013 **Acqua di Parma** (LVMH) - *Profumi e Cosmetici*
CRM & Digital Manager
Responsabile delle attività **Digital** (Corporate eCommerce Website, Social Media, Direct Marketing e Digital Media) e **Customer Relationship** (CRM e Customer Care B2C). Leader del progetto di loyalty digitale **VIP Club** e del percorso di **Digital Transformation**.
Membro del LVMH International Digital Committee; coordinamento del team Global e delle filiali (EMEA, US, UAE, Russia, China, India, Korea) nella definizione ed attuazione delle strategie locali e della allocazione dei relativi budget.

2007 **Artemide** - *Illuminazione, Design e Arredo*
E-Commerce & Web Manager
Responsabile della strategia e dell'esecuzione del progetto **eCommerce** Omnichannel, dal punto di vista comunicativo, **CRM** e commerciale (Marketing Mix, gestione del P&L e supervisione del Warehouse Management System), e di tutte le attività Corporate Website e **Direct Marketing**.

2002 **Goal.com** - *Web Portal in ambito calcistico*
Communication & Partnerships Manager
Gestione dei rapporti con Partners e Sponsor (Adidas, Pepsi, Il Sole 24 Ore, Belgacom, Telecinco) a supporto del progetto editoriale e responsabilità del dipartimento Comunicazione e Grafica.
Responsabile delle analisi sul Database statistico **SoccerAge.com** e del progetto "Sito ufficiale" di squadre di calcio di Serie A (Milan, Parma, Fiorentina, Sampdoria, Lazio, Torino, Bologna).

2001 **Telelink** - *Web Agency di servizi per telefoni cellulari*
Art Director
Responsabile Digital; gestione del contatto con i clienti, advertising e media buying.

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi dell'art. 13 Dlgs 196 del 30 giugno 2003
e dell'art. 13 GDPR (Regolamento UE 2016/679) ai fini della ricerca e selezione del personale

PROGETTI

- **Trussardi**: Rebranding e Repositioning
- **Dolce & Gabbana**: Retail Revolution conseguente al "China Incident" e alla crisi pandemica
- **Bally**: creazione del dipartimento e del team con sviluppo strategia Client Centric
- **Acqua di Parma**: Digital Transformation a 360° su **Salesforce** Service & Marketing Cloud
- **Artemide**: sviluppo della sinergia Omnichannel e Digital in ambito Retail e eCommerce

- Sviluppo del piano di azione CRM (basandosi sul metodo **RFM**) volto all'aumento del Customer Value, tramite attivazione di cluster specifici, analisi statistiche delle abitudini di acquisto e supervisione dell'esecuzione delle filiali locali
- Coordinamento strategico del programma di Loyalty e delle campagne di **Acquisition**, **Retention** e **Re-Activation**
- Responsabile dei piani di Direct Marketing in ottica drive-to-store e drive-to-website (Direct Mail, e-mail Marketing, Retail&Omnichannel Marketing)
- Sviluppo di un approccio client-centric volto alla Lead Generation e alla fidelizzazione dei Prospect
- Leader del progetto di **GDPR compliance,** con analisi e azioni di deduplica e data cleansing
- **Training CRM** per la forza vendita (registrazione clienti, cerimonia di vendita, clienteling) e monitoraggio tramite campagne di Mystery Shopping
- Supervisione delle attività di **Customer Care** B2C nella gestione delle interazioni col cliente finale
- Responsabilità della pianificazione di Owned, Earned e Paid **Media**
- Attività di **Brand Reputation** a difesa dell'immagine aziendale e supervisione delle azioni legal

SUCCESSI

- **Gifting** Plan (ROI 50x)
- Client **Experience**
- Progetto avanzato di **Segmentazione** in Cluster a matrice
- **Clienteling App** Custom
- Digital Shopping **Experience**
- **Acquisition** (eventi CRM member-get-member, DB Enrichment, Proximity Marketing)
- **Re-activation** (approccio Gacha Gacha)
- Campagna Store Credit & Deposits
- **VIP** Club
- **KPI** contest

PERCORSO FORMATIVO

Tipo di laurea	**Design** - laurea specialistica quinquennale (vecchio ordinamento)
Indirizzo	**Progettazione multimediale** e comunicazione visiva
Università	Politecnico di Milano, Facoltà di Architettura e Design
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), Italiano (Madrelingua)

FORMAZIONE INTEGRATIVA

Innovation & Creativity (Logotel); Customer Experience (Assist); Digital Academy (Google); Presentation Skills & Public Speaking (Dale Carnegie); Essentials, Basecamp & Connections (Salesforce); Future Stores: Retail, Reimagined (Worldwide Business Research)

Speaker per evento Salesforce "Store Evolution: l'esperienza d'acquisto tra Online e Offline"

HOBBIES E INTERESSI PERSONALI

Mi piace essere un viaggiatore, non un turista. Appassionato di Design. Padre di tre figli, traggo serenità dal cucinare e godere della buona tavola. Ho coordinato gruppi di ragazzi, guidandoli in attività educative e ludiche. Amante della bicicletta e dello snowboard, per la differente chiave di osservazione del mondo circostante che concedono; pratico senza ossessione, ma con passione, ogni tipo di attività sportiva.

Autorizzo il trattamento dei miei dati personali ai sensi dell'art. 13 Dlgs 196 del 30 giugno 2003
e dell'art. 13 GDPR (Regolamento UE 2016/679) ai fini della ricerca e selezione del personale