

SUMMARY PROFILE

Area acquisti: negoziazione, ricerca e gestione clienti/fornitori, gestione di più categorie di prodotto, capacità analitiche, definire assortimenti merceologici compresa l'eventuale inserimento della marca commerciale, valutazione obiettivi di sell-in e sell-out, gestione planogramm e layout dei prodotti.

Area marketing: competenze di pianificazione a medio e lungo termine, valutazione efficacia promozionale, costruzione piano promozionale e istituzionale della comunicazione, monitorare il lavoro di agenzia pubblicitaria (es. scatti fotografici e stato avanzamento del lavoro), impostare le attività promozionali sul sito web, studio di strumenti informatici per supportare le procedure di data entry.

Area sales: definizione budget per reparti/negozi, controllo avanzamento produttività oraria per reparto, attuazione esposizioni fuori banco, promozionali e a scaffale dei singoli gruppi merceologici.

Soft skills: problem solving, coordinare un gruppo di persone rispettando i ruoli dei singoli e motivandoli, gestire e condurre riunioni e/o presentazioni

Obiettivi personali: ricerca di nuovi stimoli in ruoli dinamici in area sales/trade/marketing

DATI PERSONALI

Nome e Cognome: Antonella Fassini

Indirizzo: [REDACTED]

Luogo e data di nascita: Milano 02.06.1963

E-mail: [REDACTED]

Numero di cellulare: [REDACTED]

Stato civile: [REDACTED]

ESPERIENZE PROFESSIONALI

Da gennaio 2017 ad oggi

BUSSINESS STRATEGY AND RETAIL CONSULTANT AND TEACHER

Da gennaio 2016 a gennaio 2017

RESPONSABILE COMMERCIALE EURORIGIN

- gestione di tutto assortimento food, non food e fresco ossia ricerca di mercato per assortimento, definizioni contratti e prezzi di vendita



Da febbraio 2015 ad aprile 2015

STORE MANAGER

Da marzo 2012 ad dicembre 2014

ISPETTRICE VENDITE (18 negozi)

- attività di store manager (gestione spazi negozio, gestione del magazzino, gestione risorse umane tempistiche rifornimento, gestione casse, controllo inventario)
- gestione produttività negozi (ore/numero colli lavorati) e costi del lavoro (ore lavorate/incasso)
- controllo flussi ricevimento e vendite merce

Esserbella (Olimpia Beautè)

da febbraio 2010 a marzo 2012 - BUYER

- gestione di categorie prodotti selettivi (soin, make-up, bigiotteria, stagionale natale).
- contratti di distribuzione e concessione dei fornitori
- pianificazione dell'organizzazione logistica per ricevimento merce e successiva redistribuzione
- gestione attività promozionali (analisi fattibilità, budget, organizzazione ed analisi andamento e risultato finale)
- coordinamento delle ispettrici per il lavoro da attuare in negozi, studio assortimento e layout nuove aperture

Esselunga - da marzo 2006 a gennaio 2010

RESPONSABILE ATTIVITA' PROMOZIONALI

- costruzione budget costi ricavi e valutazione consuntivo di singola attività e totale attività promozionale dell'azienda (pressione ed efficacia promozionale)
- coordinare direzione commerciale, acquisti e vendite per il raggiungimento degli obiettivi delle singole attività
- definizione delle categorie da promuovere e composizione del volantino e catalogo di natale
- programmare e coordinare l'ufficio acquisti per la realizzazione delle promozioni
- coordinare l'attività ufficio grafica, selezionare gli articoli da inserire per ogni categoria di appartenenza la tipologia delle attività da realizzare su ogni articolo esempio taglio prezzi, sconto ed esposizione
- organizzare e gestire le promozioni per settore e fornitori
- seguire la distribuzione e controllo della distribuzione volantini

da gennaio 1993 a febbraio 2006

BUYER NON FOOD, FRESCHI E DROGHERIA

- negoziazione e predisposizione di accordo contrattuale con le varie voci di fine anno, promozionale decorrenza listini, prezzi di vendita. Negoziazione anche in sede Centrale Acquisti
- programmazione e raggiungimento obiettivi/ budget in termini di volume ricavi e posizionamento
- emissione ordini giornaliero nei tre magazzini di stoccaggio, controllo giacenze, ordini non evasi, giorni di rotazione del prodotto e del magazzino

- ricerca e selezione dei fornitori italiani e esteri e fornitori per marca commerciale
- definire e monitorare il budget di categoria, con obiettivi di vendita, margine lordo di primo livello, margine rettificato ossia comprensivo di tutti i contributi portati dall'azienda in termini di fine anno promozionale ed extra contratto
- gestione categorie food, non food e freschi
- gestione di categorie di volumi come (carta, yogurt, profumeria), categorie stagionali (giocattoli, cancelleria), gestione categorie innovative nella distribuzione libri e giornali, frutta e verdura biologica
- valutazione del packaging marchio privato e caratteristiche qualitative del prodotto
- predisposizione contratto a marchio con il supporto dell'ufficio legale
- gestione dei reclami dei clienti attraverso l'ufficio gestione clienti (numero verde)

Ifor (Istituto per la formazione imprenditoriale nel commercio) e Cescom (centro studi sul commercio dell'università commerciale L. Bocconi)

da settembre 1990 a maggio 1993 - ricercatrice e docente

-Attività di ricerca, analisi e studio nell'area dei rapporti industria-distribuzione ed attività di docenza nei corsi di formazione e aggiornamento nell'area marketing e trade marketing

PERCORSO FORMATIVO

Laurea in Economia e Commercio

Università Luigi Bocconi

da 1986 a 1990 - votazione 106

Diploma di maturità tecnica-commerciale

Istituto Tecnico Commerciale di Corsico

da 1981 a 1982

CONOSCENZE LINGUISTICHE

Inglese buono (livello B2)

Corso di lingua inglese Abbiate English dal 2012 al 2016

Francese scolastico

CONOSCENZE INFORMATICHE

Buona conoscenza dei sistema operativo Sap e Microsoft Office

HOBBIES

Sport in particolare le maratone disputate due o tre all'anno per raccolta fondi per www.SMArathon.eu

Volontariato presso La tribù di Abbiategrasso (aiuto compiti)

SI AUTORIZZA IL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI AI SENSI DEL D. LGS 196 12003