

# Luca Silvestrelli

[luca.silvestrelli@digisophy.it](mailto:luca.silvestrelli@digisophy.it)



**Digisophy**  
Milan



## C.V. in pillole

Laurea in Economia e Commercio

- '91 - '94 Fileni *Assistente del Presidente/D.G.*
- '94 - '00 Auchan *Responsabile R.U. (Iper e poi Area)*
- '01 - '05 Carrefour *Direttore R.U. ed Org. Italia*
- '07 - '10 Ipasud Despar *Direttore Generale*
- '10 - '17 Fileni *Direttore Commerciale*
- '18 - oggi *Senior Food & Retail Advisor*

Da ottobre '19 Innovation Manager iscritto al MiSE



## Aree di Competenza / Intervento

- ✓ Diagnostico / Strategico
- ✓ Organizzazione
- ✓ Commerciale
- ✓ Risorse Umane



## DIAGNOSTICO/STRATEGICO

Attività importante, in particolare in fase di start up o di Change Management, con la quale si possono analizzare e confermare la presenza degli elementi fondamentali dell'Azienda:

- Missione e Valori guida
- Risorse Critiche: Finanza, Competenze distintive, Know-how e tecnologie, Risorse Umane e Management, Marca e Marchi, Reputazione ed Immagine, Cultura Aziendale
- Business e Percorso Strategico
- Piano a medio/lungo termine
- Struttura organizzativa
- Quantità e qualità delle risorse
- Clima aziendale

- Mappatura dell'attuale organizzazione
  - Presenza formalizzata di strutture, ruoli e responsabilità
  - Livello di leggibilità, conoscenza e condivisione
  - Presenza di un sistema di job description, integrato con le attività Risorse Umane
  - Presenza di un sistema di processi, procedure e policy aziendali
  - Valutazione della Catena del Valore e funzioni/attività esternalizzate
- 
- Adeguatezza dell'organizzazione all'evoluzione del business e della strategia



# COMMERCIALE

- Missione, Valori e Principi della Direzione
- Struttura organizzativa della Direzione Commerciale/Vendite
- Politica Assortimentale e di Posizionamento:
  1. Portafoglio prodotti / Cluster assortimentali
  2. Definizione del posizionamento prezzo delle linee di prodotto
  3. Fatturati / Volumi / Margine / Redditività delle diverse linee e del singolo prodotto
  4. Costi variabili di produzione
- Politica Promo:
  1. Definizione delle attività promozionali, scontistiche ed offerte
  2. Analisi delle performances di fatturato e di redditività delle attività Promo
  3. Negoziazione delle attività con Clienti e Traders

- **Politica Distributiva:**
  1. Multicanalità e Format distributivi
  2. Definizione caratteristiche, specificità, performances dei diversi Format
  3. Rete vendita diretta ed indiretta / esterna
  4. Performances dei diversi canali distributivi
  5. Geomarketing e copertura del territorio
  6. Gestione della contrattualistica della forza vendita esterna
  7. Costi distributivi
- **Politica Pubblicitaria:**
  1. Definizione delle linee guida
  2. Identificazione e scelta dei differenti mezzi pubblicitari e fornitori
  3. Budget pubblicitario e monitoraggio del ritorno dell'investimento

- *Costruzione del Budget:*
  1. *Macroscenario socio economico*
  2. *Elementi qualitativi e trend evolutivi*
  3. *Elementi quantitativi e risultati raggiunti*
  4. *Obiettivi e risultati attesi*
- *Strumenti di monitoraggio e reporting:*
  1. *A livello strategico / direzionale*
  2. *A livello operativo*
- *Costi commerciali fissi e variabili*
- *Pianificazione ed organizzazione:*
  1. *Riunioni ed attività periodiche*
  2. *Visite a clienti e presenza sul territorio*
  3. *Eventi ed attività straordinarie*
- *Sistemi di incentivazione della forza vendita*



# RISORSE UMANE

- Missione e ruolo della Direzione R.U.
- Sistema di valutazione delle Performances e del Potenziale
- Identificazione dei potenziali fabbisogni quali-quantitativi
- Strumenti di Ricerca e Selezione
- Politiche retributive e sistemi incentivanti
- Reportistica e monitoraggio del Costo del Lavoro
- Processo di formazione
- Piani di sviluppo
- Comunicazione interna
- Change Management