

LAURA TORRETTA

ESPERIENZE PROFESSIONALI

2012 – Ad oggi PROFESSIONAL & ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT CONSULTANT

In questi ultimi cinque anni ho sviluppato alcuni nuovi ruoli di accompagnamento al cambiamento e allo sviluppo personale, professionale e organizzativo; ho gestito diversi progetti e mercati in autonomia o in collaborazione con società di servizi.

Independent HR Developer

- Facilitatrice di gruppi all'interno di workshop esperenziali aziendali per stimolare l'intelligenza collettiva, la progettazione partecipata, la cross-fertilization e la capacità innovativa 'out of the box' nel settore ICT.
- Tutor per la funzione marketing e trade marketing nel settore della Cosmetica di Lusso.
- Coordinatrice di workshop per l'ascolto della rete di vendita e la condivisione di 'best practice' nel settore Pharma.
- Osservatrice in un percorso sul tema 'Cura e Attenzione' dedicato ad un team di formatori nel settore Assicurativo.
- Coach in percorsi di 'empowerment' per acquisire più consapevolezza sui propri obiettivi di carriera e sulla propria 'employability', per ri-formulare e raccontare la propria storia professionale e per sviluppare azioni di personal branding.
- Counselor all'interno di uno 'Sportello di Counseling' dedicato allo sviluppo di manager in una azienda di Elettronica.
- Counselor per percorsi individuali su temi personali e professionali per ritrovare senso e motivazione, per elaborare la resistenza al cambiamento, per trasformare conflitti e dinamiche relazionali, per potenziare le proprie risorse e la capacità comunicativa, per assumere maggiore autonomia decisionale e responsabilità del proprio benessere.

Artax Consulting (Partner MHG) • Settore Management Consulting

Consultant & Account Manager

- Business development delle soluzioni di consulenza nelle aree della Sales Transformation per rendere le reti di vendita ed il marketing operativo allineato alle best practice internazionali.
- Analisi delle esigenze del cliente e progettazione dei possibili percorsi consulenziali e formativi sulle 4 aree (Processi, Persone, Pianificazione, Partnership), stimolo all'adozione di sistemi informativi per la Collaboration (Sales Force).
- Progettazione di Skill view Assessment e Sales Professional Certification per potenziare e specifiche 'capabilities'.
- Focalizzazione sulle soluzioni dell'employee cycle di Sales Factor (dalla definizione del profilo per il recruiting fino allo sviluppo della certificazione) ed implementazione di alcune fasi di empowerment comportamentale (coach& counseling).

Principali realizzazioni

- ✓ *Cliente Settore Dentale: progetto di Sales excellence, Modello di 'territory consultant', 'Management coaching', Sviluppo della value proposition, con approccio sistemico, per le nuove soluzioni digitali nel settore dentale.*
- ✓ *Seminario sulla 'Sales Transformation' per i Dirigenti del terziario: I fattori critici di successo per realizzare la strategia.*

Openknowledge (BIP Group) • Settore Management Consulting

Consultant & Account Manager

- Business developer per le soluzioni di Social Business Transformation. Selezione di clienti prospect e profilazione dei relativi 'business needs' tramite l'ascolto di tutti gli stakeholders funzionali,
- Progettazione di percorsi di change management verso la connected enterprise, sviluppo di diagnostiche innovative per mappare le reti informali, supporto all'evoluzione culturale verso l'open leadership ed il knowledge management, valorizzazione dell'engagement dei clienti e dell'empowerment dei collaboratori.
- Monitoraggio della soddisfazione del cliente e del raggiungimento dei KPI di progetto.

Principali realizzazioni

- ✓ *Sviluppati progetti di Social recruiting e Digital & Social Transformation*
- ✓ *Co-progettazione e co-facilitazione di seminari formativi per il CFMT: Redesign your business, Open leadership.*
- ✓ *Sviluppo di un workshop 'in house' sul tema: Cogliere le opportunità del cambiamento.*

Business Manager della 6' edizione del Social Business Forum

- Responsabilità del P&L dell'evento SBF13 dedicato ai temi del digital marketing e dell'innovazione collaborativa.
- Coordinamento dell'advisory board per la selezione degli speaker e dei contenuti per lo sviluppo del piano editoriale.
- Organizzazione dell'evento internazionale (attività pre-in-post) e networking per 10 mesi con una rete di circa 200 persone.

Principali realizzazioni

- ✓ *Negoziare sponsorship, profilato e normato il DB iscritti, coordinata l'accoglienza di oltre 1000 partecipanti e 60 speakers, elaborate 30 case histories, ingaggiati 24 patrocini e 21 mediapartners, coordinata la pubblicazione di 130 articoli.*

2002-2011 HEWLETT PACKARD • Settore ICT

Business Manager – Nuovo Canale Telco (Operatori telefonici)

Con l'acquisizione di Palm è stata creata all'interno della BU PSG un'organizzazione dedicata che ho guidato:

- negoziando la strategia di sviluppo locale all'interno delle strategie emea e corporate, definendo gli assetti organizzativi e gli investimenti necessari al raggiungimento degli obiettivi di P&L.
- elaborando il business plan (marketing plan e sales plan) per distretto e sui singoli telco account.

Principali realizzazioni

- ✓ *In assenza di un quadro di riferimento del mercato da parte degli analisti di settore, ho definito ed implementato un piano di 'intelligence' per comprendere valore e dinamiche del settore, business model, posizionamenti competitivi, swot HP.*

Sales & Marketing Manager – Nuovo Canale Professional (Riorganizzazione Hosted da BU PSG)

A riporto del Direttore del Canale Commercial ho guidato dal 2007 al 2009 la riorganizzazione assumendo in parallelo due ruoli

- Responsabile Marketing e Co- Marketing per 5 distretti di vendita. Negoziazione ed implementazione della strategia di canale emea, proposizione e sviluppo del territory plan, set up e coordinamento delle funzioni di staff per intelligence, rewarding, formazione, programmi, comunicazione interna ed esterna.
- Responsabile Vendite sui Rivenditori di 4 nuovi go to market (valore, prosumer, on line,sud). Gestione quota diretta cross BU's HP (PC, periferiche, infrastruttura, servizi) .

Principali realizzazioni

- ✓ *Riorganizzazione numerica e funzionale di un team di marketing di canale disorientato e insoddisfatto. Ho contribuito a ridare al gruppo spirito di appartenenza e motivazione, autorevolezza e responsabilizzazione sui risultati.*
- ✓ *Sviluppo di un nuovo modello di sales coverage sul canale per mediare esigenze specialistiche e generaliste, ho testato e implementato sofisticati criteri di mappatura e assegnazione (RAD Model e MVC /MVP Model).*
- ✓ *Innovazione nel programma di comarketing e ridefinizione del mix di servizi e soluzioni. Selezionato un nuovo ecosistema di fornitori accreditati, allineato le attività e le metriche alle priorità di business, integrato i fondi delle alleanze, ridefinito processi di utilizzo auditabili in funzione delle nuove regole di Business Conduct.*
- ✓ *Rinegoziazione del contratto di servizi Teleweb migliorando in 3 mesi i parametri di efficacia, ottenendo un saving del 15%, portando trasparenza nei 'cost module', ridefinendo la 'legal compliance' dei processi.*

Marketing Manager – Nuovo Mercato Small & Medium Business (Riorganizzazione Hosted da BU PSG)

A riporto del Direttore della BU PSG ho guidato dal 2005 al 2006 l'implementazione di una nuova organizzazione per mercati.

- Responsabile di sviluppare il business plan per tutte le linee di prodotto HP sul target professionale (Prosumer, Piccole aziende, Medie aziende) .

Principali realizzazioni

- ✓ *Ho ideato ed implementato con il MIP di Milano l'Osservatorio PMI, un progetto, rinnovato per tre anni da tutti gli stakeholder con cui ho negoziato la partnership (Intel, Microsoft, Telecom, Banca Intesa). Fotografia dell'assetto infrastrutturale e applicativo del mercato, ascolto delle esigenze di titolari e CIO, comprensione dei sistemi decisionali aziendali, sviluppo di opportunita' qualificate per i sales manager, diffusione stampa capillare a livello locale e nazionale.*

Marketing Manager – Nuova Divisione Personal System Group (PSG)

Nella nuova HP ho supportato la fase di transizione organizzativa collaborando con le war room Emea. Ho agevolato la comprensione delle connessioni tra country ed headquarter per i ruoli di marketing di mercato, prodotto, canale per elaborare la RACI Matrix.

Successivamente ho colto una nuova opportunita' di sviluppo a riporto del Direttore della BU PSG.

- Responsabile dello sviluppo del Business Plan & Marketing Plan per tutte le linee di prodotto PSG sui tre mercati end user Coordinamento e sviluppo di un team di 5 persone e gestione di un budget di 8 mio\$.

Principali realizzazioni

- ✓ *Ho definito e guidato un progetto di recupero quota mercato coordinando un virtual team esteso locale ed europeo.*
- ✓ *L'integrazione di dati di intelligence da diverse fonti ha 'fatto emergere' il mercato 'prosumer' e nuovi gtm's.*

1999-2001 COMPAQ • Settore IT (Novembre 2001 acquisita da HP – Integrazione Maggio 2002)

Business Manager – Nuova Divisione Home & Office

Nel 1999 a diretto riporto del GM, ho colto la sfida di lanciare una nuova linea di Personal Computer (Presario) dedicati al target consumer e ai canali retail. Questa 'start up', all'interno di una multinazionale storicamente dedicata al mercato professionale, richiedeva un marketing creativo ed efficace a risorse inizialmente limitate.

- Responsabile del Marketing strategico, del Marketing di prodotto e del Trade marketing.
- Definizione con HQ Emea dei cicli di vita (line up e pricing) e negoziazione/gestione di opex marketing

Principali realizzazioni

- ✓ *Superati gli obiettivi di fatturato e i KPI a budget (Top of mind, distribuzione ponderata, margini di contribuzione). Ottenute dal secondo anno 4 risorse addizionali nel mio team.*
- ✓ *Definizione di un innovativo programma di extended sales force per accelerare la copertura distributiva.*

- ✓ Sviluppo di azioni di comarketing (concorsi a premi con inserimento PC) con aziende molto note (Campari, Coca Cola, Bauli) per ottenere visibilità 'gratuita' sui media tv a piu' alta diffusione e sui canali GDO in target.
- ✓ Avviati nuovi canali di vendita btc con operatori telefonici (Evai telecom) e istituti finanziari (Banca Sella, BNL).

1996-1999 HEWLETT PACKARD • Settore IT

Product & Program Manager – Nuova Divisione Retail

Nel 1996 a diretto riporto del Direttore Divisione Consumer, ho colto la sfida di lanciare la nuova Divisione retail dedicata ai prodotti per la stampa personale e al target famiglie. In un contesto aziendale storicamente dedicato al mercato corporate con prodotti professionali sono stata scelta per portare nell'IT nuove modalita' gia' sperimentate nel Largo Consumo. Questa 'start up' ha richiesto a tutto il team un approccio da change agent e lo sviluppo di un marketing fortemente innovativo.

- Sviluppo del Business Plan per stampanti inkjet, laser personali e digital camera.
- Negoziazione dell'assortimento, dei prezzi, del budget programmi con l'Headquarter in Emea e con le Divisioni in US.
- Gestione di fondi marketing per i distretti: retail(70%), commercial (20%) e corporate (10%).

Principali realizzazioni

✓ Il brand HP risultava sul target consumer 'freddo, distante, difficile da usare'. Abbiamo ottenuto una Top of mind 'empatica' e 'rassicurante'. Ho realizzato in partnership e con investimenti ridotti il primo evento itinerante portando la tecnologia in 5 piazze.

1992-1996 PALMERA • Settore Largo Consumo

Product Manager (1992) - Brand Manager (1993-1996)

- Responsabile P&L sui brand (Petreet, Alco, Palmera) e sulle linee di prodotto (cibo per gatti, tonno olio oliva, ittici).
- Elaborazione e monitoraggio di: Business plan, Marketing plan e Trade Marketing plan, Piani di produzione. Definizione delle politiche di pricing, delle consumer e trade promotion per i canvass trimestrali alla forza di vendita.

Principali realizzazioni

✓ La linea ittici di commercializzazione ha recuperato redditività e margine di contribuzione per l'azienda e il canale GDO, l'area test di category management attivata all'Ipercoop di Sarzana è diventata una best practice estesa all'Italia.

1989-1991 ALCO • Settore Largo Consumo (Acquisita da Palmera a fine 1991)

Junior Product Manager (1989) – Product Manager (1990-1991)

- Responsabile P&L sulla linea di prodotti Alco vaso vetro e ittici di commercializzazione.

ALTRE INFORMAZIONI

Dati anagrafici	Nata a Genova il 29 maggio 1963 – Nubile
Studi e Formazione	2016: Formazione Professionale e attestato di Operatrice Olistica di Respiro Metacorporeo 2014: Diploma di Counseling Sistemico Relazionale, Presso MYL Milano, 110/110 Tesi : 'Crisi e Cambiamento: Registi e Protagonisti della propria vita professionale' 2010: Master Executive in Fundraising, Università di Forlì, 30/30 1987: Laurea in Economia e Commercio (Piano economico sociale), Università di Genova, 110 con lode 1981: Maturità Scientifica, Liceo Martin Luther King di Genova, 60/60
Ruoli Associativi	* Manageritalia: Dirigente dal 2003 ed Executive Professional dal 2012 Gruppo Giovani per promuovere comportamenti 'sostenibili', in ambito scolastico con l'iniziativa 'Chi vuoi diventare' e 'Meet the Manager', in ambito aziendale con l'iniziativa '# cambia il lavoro'. * AssoCounseling: Professional Counselor Reg- A1645- 2015 (ai sensi della Legge n.4 del 14/01/13) Gruppo AssoOrganizzazione per divulgare le buone pratiche del counseling organizzativo. * AIDP (Associazione delle Direzioni del Personale) Gruppo Giovani per promuovere pillole di Management e cogliere le nuove sfide HR
Attività Pro-bono	Programma di Mentorship (Incubatore di Talenti) del Forum della Meritocrazia. Programma di Mentorship e Sportello Orientamento presso l'Università IULM.
Capacità Personali	Curiosità, entusiasmo, proattività, innovazione.
Capacità Relazionali	Intelligenza emotiva, ascolto attivo, collaborazione, definizione di ecosistemi e connessione di reti.
Capacità Organizzative	Bilanciamento del breve e lungo termine, ricerca dell'eccellenza operativa.
Conoscenze linguistiche	Inglese fluente, Francese scolastico.
Conoscenze IT	Buona capacità di utilizzo dei tool di produttività del pacchetto Office.