

Lorenzo Pellicelli
Via Ruggero Fauro 4 – 00197 Roma
fisso. +39 06 8078764
cell. +39 334 6888001
Email: lorenzo.pellicelli@gmail.com

Scheda Personale

Experience

Business Development and Digital Marketing Manager

CONI Servizi, Roma

Sport Institution

Ho la responsabilità di:

- definire e attivare le strategie per lo sviluppo delle politiche commerciali del CONI gestendone anche le attività di marketing;
- valorizzare e aumentare la visibilità del brand, e il “prodotto” sport per la sua commercializzazione verso investitori potenziali sia istituzionali che privati in collaborazione con il Direttore Marketing e Sviluppo;
- gestire i rapporti con il CIO (Comitato Olimpico Internazionale) per le attività di marketing e sviluppo commerciale in collaborazione con il Direttore Marketing e Sviluppo;
- attivare le progettualità verso le aziende sponsor del CONI al fine di aumentarne i ricavi e la visibilità in termini di brand awareness in abbinamento al prodotto olimpico e sportivo in generale;
- definire e quantificare il mercato potenziale, valutando nuove opportunità e progetti che possano generare una crescita dei ricavi all'ente CONI;
- sviluppare le attività di Digital Marketing del Coni attivando progetti di comunicazione e visibilità, al fine di valorizzare il prodotto sport verso l'esterno, creandone valore alle aziende sponsor;
- definire ed attivare il prodotto olimpico attraverso la valorizzazione della squadra Olimpica, anche durante le Olimpiadi al fine di accrescerne la visibilità e la conoscenza verso il grande pubblico;
- selezionare e gestire le agenzie di marketing e i centri media, per lo sviluppo e la realizzazione delle campagne e dei materiali pubblicitari;
- identificare e definire la strategia di Brand Identity della squadra Olimpica italiana, sviluppare e coordinare i progetti di evoluzione del brand ItaliaTeam e Casa Italia;
- definire, coordinare e implementare le attività di marketing propedeutiche alla crescita dell'awareness della squadra Olimpica italiana su tutti i canali di distribuzione da quelli classici a quelli digitali e social;

Marketing Director

Intralot Italia Spa

Private and Public Gaming & Entertainment

April 2007 – Present (6 years)

Ho la responsabilità di:

- definire le strategie di posizionamento del prodotto e delle attività di gioco in Italia sia per il canale retail che per l'online, in coordinamento con la struttura strategica centrale del gruppo

Autorizzo il trattamento dei dati personali allegati ai sensi del D. Lgs 196/03.

- identificare e definire la strategia di Brand Identity, sviluppare e coordinare i progetti di evoluzione del brand
- definire il budget e le linee guida di comunicazione pubblicitaria delle attività in Italia
- selezionare e gestire le agenzie di comunicazione e i centri media, per lo sviluppo e la realizzazione delle campagne e dei materiali di comunicazione, rivolti agli affiliati (b to b) e ai giocatori (b to c), distribuiti mediante attività di above the line e below the line
- identificare e definire le attività di sponsorizzazione (Internazionali di Tennis di Roma 2010-2011-2012, Beach Soccer campionato 2008 LND, FIVB Mondiali Beach Volley, Mondiali di Nuoto 2009 Roma, Stadio Olimpico di Roma, AS Roma)
- coordinare e definire le attività di ricerca qualitative e quantitative necessarie all'analisi del mercato, del brand, dei giocatori e della redditività dei prodotti
- definire le linea guida per lo sviluppo del concept del retail Intralot in Italia
- identificare, coordinare e monitorare i fornitori nelle fasi di progettazione, produzione e installazione degli elementi di arredo nei negozi
- gestire i rapporti con AAMS (azienda autonoma dei monopoli di stato) per quanto riguarda la comunicazione del gioco e delle leggi che lo regolano
- svolgere le analisi strategiche per l'acquisizione più efficiente di quote di mercato
- definire, sviluppare e implementare i processi delle nuove linee di business e delle attività di costruzione e promozione del prodotto "scommessa", "poker", "casinò games", "videolottery terminal", "new slot", "virtual games"
- identificare, sviluppare e far implementare i nuovi canali di accesso al gioco come ad esempio "TV connessa", "mobile", "altri device"
- gestire i rapporti con i partner quali ad esempio "Telecom", "Poste Mobile", "CONI", "Party Poker", "Net ENT", "Piemme", "Inspired", per lo sviluppo sia delle partnership sia dei nuovi canali/prodotti nel mercato del gioco
- definire, con il supporto di strumenti per le analisi di profiling della clientela, le iniziative di business sui giocatori, finalizzate all'aumento del ricavo medio per punto vendita e alla fidelizzazione
- implementare e sviluppare i progetti di co-marketing

Per la gestione di queste attività mi avvalgo della collaborazione di 8 persone, inserite stabilmente all'interno della direzione marketing.

Marketing Manager

Codere Italia S.p.A

Private and Public Gaming & Entertainment

November 2004 – April 2007 (2 years 6 months)

Multinazionale spagnola operante in Spagna, Sud America ed Italia nel settore del gaming & entertainment, attraverso la gestione di 6 casinò, 2 ippodromi, 51 sale scommesse, 113 sale bingo e 45.000 slot machine.

All'interno della direzione Commerciale ho avuto la responsabilità di definire le strategie di posizionamento del prodotto e delle attività di gioco in Italia, selezionare e gestire le agenzie di comunicazione per lo sviluppo e la realizzazione dei materiali di comunicazione e supportare la Direzione Commerciale nelle attività di vendita tramite le analisi e le attività dirette di Sales Support.

Marketing - Customer Analysis Manager

Sky Italia S.r.l.

Entertainment Industry

2002 – 2004 (2 years)

All'interno della direzione Marketing ho avuto la responsabilità di:

- identificare, valutare, ottimizzare ed attivare, con il supporto di strumenti per le analisi comportamentali e di profiling della clientela, le iniziative di business sui clienti, finalizzate all'aumento del ricavo medio per abbonato e alla riduzione del churn aziendale
- costruire, attraverso strumenti di data mining e di supporto decisionale (SPSS, Clementine 8.1), i modelli per la segmentazione della clientela e la previsione del rischio di abbandono, del credito e delle frodi
- monitorare le azioni di Customer Marketing ed eseguire le analisi dei risultati atte ad incrementarne l'efficacia
- sviluppare, congiuntamente alla Business Intelligence, il data warehouse aziendale per la raccolta e l'arricchimento delle informazioni al fine di migliorare le analisi e la conoscenza del profilo del parco abbonati, oltre a partecipare come unico referente per il marketing alla raccolta dei requisiti per l'implementazione dei sistemi di CRM
- supervisionare le attività di comunicazione al parco: promo per le reti SKY, direct marketing, pagine informative sullo SKY MAGAZINE
- definire lo sviluppo di promozioni e di programmi di retention
- coadiuvare il gruppo ricerche nelle attività di studio del parco abbonati

Ho avuto la responsabilità diretta del budget sulle iniziative di Customer Marketing e mi sono interfacciato con i Direttori delle varie aree per la realizzazione dei progetti di sviluppo della direzione Marketing.

Ho partecipato allo start up di SKY lavorando al progetto necessario alla fusione delle aziende Telepiù e Stream e a quello concernente la migrazione del parco abbonati Stream e Telepiù verso SKY. Nello specifico mi sono occupato di collaborare alla definizione delle strategie di prezzo e di posizionamento della nuova azienda rispetto alle due precedenti, di coordinare le attività di comunicazione agli abbonati e di suggerire attività di prechurn.

Customer Retention Manager at Stream Tv S.p.A

Entertainment Industry

November 1997 – June 2003 (5 years 8 months)

Stream TV è stato il primo operatore televisivo al mondo ad utilizzare la trasmissione digitale via cavo tramite rete in fibra ottica. L'esperienza nel Customer Service maturata in Stream, inizia sin dalla fase di start-up del business.

Dal 2000 al 2003, sono stato Responsabile della Customer Retention e della fidelizzazione del parco abbonati di Stream Tv.