

LUCA DE FELICE

Executive Summary

Luca De Felice, laureato in Ingegneria Gestionale presso il Politecnico di Milano ed Executive MBA Alumni della Business School ESCP Europe, è Head of Digital Mobile & App Principal Product Owner di Vodafone Italia.

Ha +12 anni di esperienza professionale in ambito Marketing & Sales, Project / Product Management & Agile Methodology, Innovation Management, Digital Transformation, Business Planning e Business Development nei settori Telco&Media, FMCG, Banking e Retail. Ha seguito progetti nazionali e internazionali, interagendo spesso con i C-Level in ambito digital strategy, digital marketing, e-commerce, CRM, profilazione del cliente, customer experience, loyalty program, mobile (m-site & App), omnichanneling, artificial intelligence, store evoluti & digital signage, social media e realtà aumentata; ha gestito lo sviluppo e l'implementazione di iniziative strategiche, dalle fasi di definizione del concept, gestione della task force multidisciplinare di progetto fino alle attività tattiche volte all'implementazione del programma.

È Docente dell'Executive Master in "Strategic marketing & digital communication" de Il Sole 24 Ore. Nel 2011 ha pubblicato per Il Sole 24 Ore il libro "Marketing Conversazionale. Dialogare con i clienti attraverso i Social Media e il Real-Time Web di Twitter, FriendFeed, Facebook, Foursquare" (De Felice L., 2011, Seconda Edizione, Il Sole 24 Ore, Milano). Collabora con alcuni giornali e periodici, partecipa a convegni e seminari in qualità di relatore e tiene corsi di formazione aziendale.

Esperienze lavorative

- Dal 12/2017: **Head of Digital Mobile & App Principal Product Owner** presso Vodafone Italia. Responsabile dell'intero touchpoint di mobile application *My Vodafone*, dalle *Digital Sales* al *Digital Caring*, in particolare di:
 - a. incremento dei volumi di vendita rispetto alla customer base grazie a logiche di up-selling e cross-selling tramite personalizzazione, geofencing, alerting e push notification in App;
 - b. incremento del livello di utilizzo dell'App all'interno della customer base, tramite gestione dell'onboarding dei nuovi clienti, integrazione dei lanci commerciali omnicanale e iniziative di adoption / frequency;
 - c. riduzione del rebound telefonico tramite miglioramento dei servizi di self-caring e integrazione di sistemi di artificial intelligence in App.

Gestione di un team di +50 persone, organizzato in 3 squad e gestito tramite metodologia organizzativa e di sviluppo Agile Scrum e Kanban.

- 09/2016-11/2017: **Head of E-Commerce & Web** presso Vodafone Italia. Responsabile dell'intero touchpoint *Vodafone.it*, dalle *Digital Sales* al *Digital Caring*, in particolare di:
 - a. incremento dei volumi di attivazioni relativi ai mercati ADSL/Fibra; Mobile Prepaid, Postpaid e Broadband; soluzioni Enterprise; device e accessori;
 - b. riduzione del rebound telefonico tramite miglioramento dei servizi di self-caring.

Gestione di un team di 18 persone e di due call center in outsourcing per un totale di circa 150 operatori, con l'obiettivo di:

1. Appropriatelyzza del contenuto / UX / private pricing sia in advertising (e.g. retargeting) che sui touchpoint proprietari tramite sviluppo di logiche di segmentazione e personalizzazione mediante DMP
 2. Incremento delle lead tramite ottimizzazione dei canali di generazione del traffico a performance, tra cui programmatic, display, SEM, DEM, social (e.g. Facebook/Instagram Adv e Facebook Leads)
 3. Aumento del conversion rate tramite semplificazione massima del funnel di acquisto web, m-site e dei comparatori e adattamento dell'offerta alle caratteristiche del canale digitale
 4. Incremento marginalità tramite progressiva riduzione delle vendite in click2call o ottimizzazione delle stesse
 5. Riduzione costi di call center e miglioramento della user experience tramite integrazione di sistemi di artificial intelligence su chatbot (e.g. Facebook) e virtual assistant, sia in ottica di caring che di supporto all'acquisto
 6. Riduzione costi di delivery e miglioramento della customer experience tramite implementazione di nuovi processi di riconoscimento del cliente (videoriconoscimento online per avviare ai vincoli della Legge Pisanu)
- 09/2014-08/2016: **eCommerce e Digital Manager** presso Reckitt Benckiser. Responsabile sia del *Canale E-Commerce B2C* che del *Portale Healthcare B2B* in Italia. Startup della divisione online raggiungendo in soli 2 anni Net Revenue per circa 3,5 Mln €, con un tasso incrementale di fatturato e marginalità del 100% YoY e costruendo un team di 4 persone.

Relativamente al Canale E-Commerce B2C, responsabilità in merito allo startup delle attività di vendita online per tutti i brand di Reckitt Benckiser (Scholl, Durex, Veet, Finish, Napisan, Calgon, Vanish, Air Wick, Nurofen, Gaviscon, Benagol / Benactiv, Megared e Optrex). In particolare:

1. Bricks & Clicks (vendita indiretta tramite online business unit dei retailer tradizionali): crescita ed evoluzione delle attività di posizionamento, assortimento, marketing e trade marketing.
2. Pure Players (vendita indiretta tramite siti specializzati): attivazione di nuove modalità di vendita indiretta tramite portali di e-commerce, siti di flash sales o piattaforme di purchasing group. Sviluppo di strategie di CRM e digital marketing congiunte.
3. Direct2Consumers (vendita diretta tramite portali proprietari): implementazione di online flagship stores in collaborazione con il reparto digital internazionale, specialmente per i brand Durex e Scholl, con focus su:
 - a) Impostazione delle strategie di digital marketing (buy now integration, digital advertising, retargeting e social media campaign) necessarie per la crescita del traffico diretto ai siti.
 - b) Design della struttura di navigazione nell'ottica di migliorare la user experience e aumentarne il conversion rate.
 - c) Definizione di logiche di CRM integrate per le attività di profilazione e cross-selling / up-selling volte alla crescita del carrello medio.

Relativamente al Portale Healthcare B2B, responsabilità in merito al rilancio della piattaforma Professionesalute.it per la gestione della relazione con i farmacisti e i medici. In particolare:

1. Sezione editoriale e di servizio: sviluppo delle attività editoriali e di marketing per la promozione dei prodotti, dei brand e delle iniziative in ambito pharma; integrazione di servizi informativi per i farmacisti, in merito a fatture e ordini.
 2. Sezione di Online2Offline business: startup di iniziative di gamification in ottica loyalty.
 3. Sezione E-Commerce: integrazione delle attività di vendita delle referenze tramite Portale.
- 01/2013-08/2014: **Senior Manager** presso Twice Reply, una delle società del Gruppo Reply (www.reply.eu - tra le prime 3 società quotate alla Borsa Italiana come crescita decennale del titolo azionario) specializzata in servizi di consulenza strategica. Responsabilità in merito ai risultati di fatturato e marginalità della Società.
 1. 08/2013-11/2014: **Digital Marketing Strategist** per diversi Clienti nazionali e internazionali, dalla fase di pre-vendita a quella di implementazione; collaborazione con le diverse società del Gruppo Reply (specializzate per aree di mercato o competenze) come figura in grado di trasformare le esigenze di business dei C-Level delle aziende Clienti in requisiti realizzativi.
 2. 05/2014-11/2014: **Program Manager** per Sky relativamente alla vendita online e retail di Sky Online TV box, un nuovo device per la distribuzione dei contenuti del servizio di Over-The-Top TV Sky Online; coordinamento delle attività (gestione del piano e definizione delle azioni necessarie) tra gli stream di lavoro interni (marketing, comunicazione, technology, IT, retail, legale, procurement, diritti, finance, operations) e i relativi Partner di prodotto (Roku, Foxconn).
 3. 02/2014-05/2014: **Digital Marketing Strategist** per Messaggerie Italiane relativamente alla realizzazione di un cruscotto di *big data* per il monitoraggio dei trend di mercato e dei KPI interni alle diverse aziende del Gruppo; valorizzazione delle informazioni provenienti da dati enterprise, informazioni di benchmarking e insight provenienti dai digital media.
 4. 04/2013-07/2013: Realizzazione del business plan per l'estensione a livello europeo della commercializzazione della soluzione Reply di crowdsourcing Starbytes (www.starbytes.it).
 5. 01/2013-07/2013: **Digital Marketing Strategist** per Mediaset relativamente all'ideazione (basata su requisiti di business) e al design funzionale di una soluzione di Social CRM basata su ecosistema Facebook ("Mediaset Premium Play League") in grado di incrementare il livello di fruizione del servizio tramite il coinvolgimento degli attuali clienti e di raccogliere nuovi dati di profilazione.
 - 01/2011-12/2012: **Senior Manager** presso Discovery Reply, una delle società del Gruppo Reply. **Dirigente** di Discovery Reply: responsabilità in merito ai risultati di fatturato e marginalità della Società. Discovery Reply supporta modelli integrati di produzione, utilizzo e archiviazione dei contenuti digitali, mediante una piattaforma aperta e flessibile di Digital Asset Management (Discovery Reply™).
 1. 04/2012-12/2012: **Digital Marketing Strategist** per Vodafone Global relativamente al disegno di una soluzione di Social CRM ed eCommerce attraverso l'integrazione dell'offerta Marketing Cloud di Salesforce (Radian6, Social Hub e Service Cloud CRM); unico punto di contatto con il fornitore Salesforce per la negoziazione delle licenze e le attività di program management; definizione del cruscotto di marketing KPI per la misurazione dei risultati in ambito digitale; definizione dei processi di social customer caring e la comunicazione online. Le attività sono state svolte a Madrid, Londra, Amsterdam e Milano per l'interazione con le diverse società locali di Vodafone e i diversi componenti del team internazionale.
 1. 09/2011-04/2012: **Project & Account Manager** per il cliente Wind (ideazione e realizzazione di una soluzione per la distribuzione di contenuti video tramite applicativo Samsung Smart TV) e Banca Mediolanum (gestione progettuale e definizione dei nuovi requisiti tecnico-funzionali del sito di home banking con integrazione di logiche derivanti dai social media); Intesa Sanpaolo (program management per la realizzazione di +80 postazioni multimediali di digital signage con autostereoscopia 3D, multiproiezione a 360°, Display Wall, sensoristica e profilazione RFID del Museo del Risparmio di Torino).

2. Dal 01/2011: **Business Developer** in ambito Fashion e Retail, con un focus sull'estensione della piattaforma mediante l'integrazione di nuovi canali di delivery (Over-The-Top TV, Natural User Interface, advertising, digital signage); sviluppo di campagne di scaffale digitale basata sull'invio di contenuti tramite ultrasuoni.
- 06/2009-12/2010: **Senior Consultant** presso Live Reply, una delle società del Gruppo Reply. **Responsabile dell'offerta Internet** di Live Reply, con focus sulla creazione di asset tecnologici innovativi e convergenti (Web + Mobile + TV).
 1. 04/2010-12/2010: **Account Manager** per alcuni dei principali Clienti (Vodafone Global, Vodafone Italia, Telecom Italia, Samsung).
 2. 06/2009-04/2010: **Web 2.0 Specialist** e **Widgeting Team Leader** per Vodafone Global (sede di Londra, UK) e Vodafone Italia, con l'obiettivo di gestire le attività di Project Management (gestione del piano di progetto, allocazione delle risorse e coordinamento) e di Innovation Management (ricerche di mercato, disegno dei casi d'uso e proposizione di nuove funzionalità) finalizzate allo sviluppo di applicazioni Web & Mobile.
 - 03/2007-05/2009: **Consultant** presso Sytel Reply (03/2007-05/2009) e Reply Services (05/2008-05/2009), società del Gruppo Reply.
 1. 05/2008-05/2009: Attività di **Pre-Vendita & Business Development**, proposizione del prodotto e definizione dell'offerta della soluzione Reply di Enterprise Social Networking TamTamy (www.tamtamy.com) in modalità SaaS e On-Premises.
 2. 07/2007-05/2008: **Project Manager** per Vodafone Global (sede di Düsseldorf, Germania) relativamente alla realizzazione di una applicazione di messaggistica istantanea integrata, coordinamento delle attività d'implementazione e d'integrazione (gestione del piano e definizione delle azioni necessarie) tra le società locali di Vodafone (aree operations & marketing di Vodafone Germania e Olanda) e i relativi Partner/Vendor (Neustar / Microsoft, Yahoo!).
 3. 05/2007-07/2007: Attività interna di sviluppo nuovi concept e organizzazione delle attività processuali di Stage-Gate (concept di prodotto e casi d'uso) per la creazione di un Lab in grado di definire possibili applicazioni/prodotti/servizi da proporre ai clienti e al mercato.
 4. 03/2007-05/2007: Studio di assessment per Vodafone Italia sulle architetture ADSL per la distribuzione di servizi IPTV al fine di presentare scenari di business e descrivere l'intera catena del servizio IPTV su rete fissa.
 5. Dal 04/2007: Gestione e redazione del **blog aziendale** e **sessioni di presentazione** a diversi convegni in ambito Telco&Media e Web&Enterprise 2.0 in qualità di speaker Reply.
 - 01/2007-03/2007: **Innovation Analyst** presso 3 Italia (Gruppo H3G), nella Direzione Innovation – R&D, Business Development and Strategic Marketing (prosecuzione delle attività di Stage, con focus su progetti già partiti).
 1. Gestione di un progetto inerente lo sviluppo tecnologico di apparati di fruizione di contenuti multimediali (terminali mobili, e.g. cornici digitali) con valutazione degli impatti competitivi e individuazione delle opportunità di business coerenti con la roadmap di sviluppo dell'offerta.
 2. Monitoraggio dei principali temi inerenti il broadcasting televisivo e successiva definizione dei requisiti hardware/software di nuovi concept.
 3. Attività d'indagine e valutazione economica degli scenari di business inerenti le tecnologie wireless a corto raggio e relative partnership con attori del settore Retail per il lancio di iniziative di marketing di prossimità.
 4. Gestione di un progetto di realizzazione di format televisivi innovativi per la TV Digitale Mobile, dalla fase di ideazione a quella di produzione tramite la collaborazione di diversi media lab e università.
 - 01/2006-01/2007: **Stage** presso 3 Italia, nella Direzione Innovation (aree Handsets & Task Force DVB-H).
 1. Gestione delle attività progettuali dall'individuazione dell'innovazione (nuove funzionalità di prodotto/servizio di medio/breve termine) fino alle fasi di presentazione al Top Management.
 2. Attività di scouting tecnologico e benchmarking (on-line, off-line, conferenze e seminari del settore Telco/Wireless) in relazione ai temi trattati dal dipartimento e successiva analisi da un punto di vista olistico (aspetti strategici, commerciali, progettuali e tecnici).

Presentazioni pubbliche & Collaborazioni accademiche

- Dal 01/2018: **Docente** dell'Executive Master in “Strategic marketing & digital communication” de Il Sole 24 Ore.
- 06/2017: **Conference Speaker** al “Forum della Comunicazione & Innovazione Digitale”.
- 03/2015: **Conference Speaker** all'evento “Digital Transformation: le sfide HR nella rivoluzione digitale in atto”, organizzato da Eric Salmon & Partners e Bosch Italia.
- 07/2007-07/2013: **Conference Speaker** al “Reply Xchange”, l'evento annuale di Reply riservato ai Dipendenti e ai Clienti, in qualità di “evangelizzatore” sulle tematiche di digital strategy.
- 11/2010-12/2010: **Executive Professor** di 2 moduli formativi inerenti il “Marketing conversazionale” per il Tavolo dei Servizi e il Direttivo Nazionale di Tecnocasa.
- 12/2010: **Speaker** dell'evento “MiTiCi – Milano Talenti Creativi” organizzato da Fondazione Milano.

- 09/2010: **Speaker** dell'evento "Banking & social: network or not?" organizzato da Webank.
- 11/2006-01/2007: **Visiting Professor** del corso di Metodologia Progettuale III, presso l'università NABA (Nuova Accademia Belle Arti) con un ciclo di 6 lezioni relative ai digital media.

Istruzione

- 06/2011: **Executive MBA** della durata di 18 mesi (520 ore di lezione e circa 900 ore di preparazione personale e di gruppo) presso "ESCP Europe" (10° al Mondo secondo il "Financial Times EMBA Ranking 2017" e 2° al Mondo per Progressione di Carriera), interamente finanziato da Reply.
- 12/2005: **Laurea Magistrale in Ingegneria Gestionale** (specialistica) conseguita nei tempi previsti presso il "Politecnico di Milano". *Orientamento scelto*: Gestione d'impresa. *Votazione finale*: **110/110**.
↳ *Tesi dal titolo*: "La gestione del rischio nel Program Management: un modello organizzativo". *Relatore*: Professor E. Bartezzaghi. *Azienda coinvolta*: Business Integration Partners.
- 09/2003: **Laurea in Ingegneria Gestionale di Primo Livello** (triennale) conseguita nei tempi previsti presso il "Politecnico di Milano". *Orientamento scelto*: Organizzazione. *Votazione finale*: **105/110**.
↳ *Tesi dal titolo*: "La cultura e il clima aziendale – Il cammino verso l'eccellenza". *Relatore*: Professor E. Bartezzaghi. *Azienda coinvolta*: Banca Popolare di Milano.
- 07/2000: **Maturità Scientifica** conseguita presso il Liceo Scientifico Statale "Elio Vittorini" di Milano.

Esperienze professionalizzanti

Concorsi

- 07/2008: **Vincitore del concorso "Innovation Award 2008"** indetto dal Gruppo Reply per il miglior Business Plan presentato su un'idea innovativa relativa ad una soluzione in ambito social media (premio di € 15.000), successivamente implementata a livello aziendale.
- 04/2005: Diploma di 1° **Classificato al "Nokia University Program"** – II Edizione, concorso nazionale in cui l'obiettivo è stato quello di elaborare un Marketing Plan per il lancio del prodotto Nokia 9500 Communicator.
- 11/2004-2005: **2 Borse di Studio** bandite dalla Fondazione Famiglia Legnanese e assegnate in seguito a concorso per titoli in relazione a meriti accademici (premio di € 5.000).

Publicazioni

- 03/2011 (Seconda Edizione): Pubblicazione del **Libro**, edito da **Il Sole 24 Ore**, "**Marketing Conversazionale. Dialogare con i clienti attraverso i Social Media e il Real-Time Web di Twitter, FriendFeed, Facebook, Foursquare**" di Luca De Felice (Prima Edizione pubblicata nel Marzo 2010).
- Dal 12/2006: **Articoli di approfondimento** su periodici a diffusione nazionale quali **Il Sole 24 Ore** (Insero Nòva24), **L'Impresa** (Gruppo 24 - Il Sole 24 Ore), **Jack** (Gruner+Jahr/Mondadori) e **Computer World Italia**.

Corsi di formazione

- 03/2011: Corso intensivo di Formazione Manageriale (40 ore) presso la University of Texas (UT) at Austin, USA, relativo a Innovation Management.
- 10/2010: Corso intensivo di Formazione Manageriale (40 ore) presso la Tongji University di Shanghai, Cina.
- 03/2008: Corso di Project Management (16 ore), organizzato da Reply.
- 01/2008: Corso "Web 2.0 Executive Bootcamp" (8 ore), organizzato da Reply ed Hinchcliffe & Company.
- 08/2005: Visita e studio delle attività e dei processi operativi (8 ore) presso Nokia Production (fabbrica di Salo) e Nokia House Espoo (sede di Helsinki).
- 07/2005: Corsi intensivi di Formazione Manageriale (48 ore) presso il MIP Politecnico di Milano relativi a "Gestione strategica delle imprese della distribuzione", "Marketing & processi commerciali" e "Gestione e sviluppo delle risorse umane".
- 06/2005: Corso intensivo di Formazione Manageriale (26 ore) presso Nokia Italia (Nokia Mobile Phones, sede di Roma) con la collaborazione di Nokia Academy, relativo alle principali tecniche di marketing e vendite.
- 02/2005: Corso intensivo di "Gestione delle operations multimediali" (16 ore) presso il Politecnico di Milano.
- 07/2004: Corso intensivo di "Enterprise Risk Management" (20 ore) presso il Politecnico di Milano.

Competenze informatiche e linguistiche

- *Office automation*: Ottima conoscenza di **Microsoft Office** (Word, Excel, PowerPoint, Project, Visio).
- *Inglese*: Buono sia parlato che scritto.
- Dal 05/2007: Corsi di Business English in aula e telefonici (Shenker e goFluent).
- 06/2003: Conseguito **TOEFL** (Test of English as a Foreign Language). *Punteggio ottenuto*: 227/300.
- 08/2002: Corso intensivo di Business English (120 ore) presso la Holmes College di Melbourne, Australia. *Livello ottenuto*: "Upper Intermediate".