

Francesca Cavallari
Digital Marketing Manager



Results-focused marketing manager with a thorough understanding of B2B/B2C digital marketing, eCommerce, CRM strategy and social media.
Proven ability to drive sales, increase brand awareness and online reputation.

Skills

Digital marketing strategy	.	eCommerce
Lead generation and paid campaigns	.	SEO and Content strategy
Analytics & data driven marketing	.	Digital Transformation
Social media marketing	.	Branding and eReputation
CRM and Digital Loyalty Program	.	

Professional Experience

Decò Italia November 2022 to present

Growth Marketing Manager MDD

- Responsible for Digital and communication strategy based on data driven approach
- Product Information management and enrichment
- Training and support for marketing team
- Budget planning and optimization for media paid campaigns and visibility

MULTICEDI July 2020 to October 2022

Digital & eCommerce Manager

- Responsible for Digital and eCommerce strategy
- Drive-to-(e)store activity and e-presence management
- Lead marketing team to manage digital channels in order to improve quality of traffic acquisition, retention and sales.
- Budget planning and optimization for media paid campaigns and visibility
- CDP creation, CRM management, Marketing Campaign management and GDPR improvement for digital loyalty activity.

METRO Italia Cash and Carry 2006 to June 2020

Digital Marketing Manager and Digital Transformation Leader

Member of the global digital community since the first launch of METRO's digital transformation Program (METRO Digital Raediness) with responsibility for the development of the digital marketing, mobile strategy, eCommerce for non-food and seasonal assortment.

Built and lead internal team of 4 with accountability along with Own, Earned and Paid digital media. Provided strategic and tactical activities with commercial and sales executives to ensure strategy aligns with company objectives.

- Re-design consumer journey and lead Italian digital transformation for customer touchpoints following omnichannel strategy.
- Successfully managed a complete re-design according with corporate marketing and launch of a new interaction platform Sitecore website , mobile App and integration between CRM and digital Marketing tool
- Social media; increase engagement rate on Facebook and Instagram. Responsible for content plan and paid campaign for specific target and personas.
- Worked closely with HR and Legal for social media policy creation in order to increase company reputation and personal *social attitude* for employees and managers

- Budget planning and optimization for paid campaigns and visibility
 - External agencies selections and collaboration
 - Responsible for PR with opinion leader and supporting influencer marketing for brand positioning.
 - Speaker during workshop and events (IAB forum, Milano Food City, Milano Digital Week, B2B Marketing Forum, Osservatorio Omnichannel MIP, Social Media Week etc..)
-

Foreign Languages

Italian native speaker. English intermediate level

Education

2002-2003 Master Innovation *Unical – Engineering* post-graduate

1999 Graduate DAMS Communication and Art 110 lode and special mention for Tesi di Laurea.

Profile

I am positive, flexible, honest and proactive person. Passion and enthusiasm are two important keywords in my life. I am capable of working on my own initiative and also with excellent organizational abilities. I am resourceful, with group work skills, problem-solving skills, and an outgoing personality. I am customer oriented, accustomed to working under pressure with smile!

Interests

Digital world, music, food, travel, philosophy, new trends on fashion and beauty.

GDPR: *in compliance with the GDPR and the Italian Legislative Decree no. 196 dated 30/06/2003, I hereby authorize you to use and process my personal details contained in this document for the specific purpose of the hiring process.*

LETTERA DI PRESENTAZIONE

Dopo una formazione umanistica ho frequentato un master annuale presso la facoltà di ingegneria che mi ha permesso di dare forma alla mia enorme curiosità per il mondo dei database, del web e di tutte quelle attività ai tempi definite “comunicazione online”.

Archiviate diverse esperienze in aziende ICT arrivo in Metro Cash&Carry nel 2006 con il ruolo di CRM specialist, ma dal 2009 inizio a lavorare alla creazione del primo team di digital marketing traghettando l'azienda verso l'uso consapevole e orientato al business del sito web, dell'email marketing, dei social media, delle prime piattaforme di eCommerce e di tutte quelle leve digitali che grazie al mobile stavano modificando le abitudini dei clienti. Per più di 10 anni ho gestito insieme ad un team di 4 persone tutti i customer touchpoint; dalla creazione dei contenuti SEO, alla definizione delle personas per l'attivazione delle campagne sulle diverse piattaforme digitali non tralasciando mai di valutare la qualità delle campagne in termini di acquisizione, vendite e miglioramento costante dei KPI's. Ovviamente questo comprendeva anche la selezione dei partner esterni e delle agenzie.

Nel 2019, consapevole del ruolo sempre più determinante del MarTech, ho assunto il ruolo di Digital Transformation leader all'interno di una nuova unit - Digital Technology Hub - con l'obiettivo di ridefinire la digital customer experience dei clienti HORECA e di lavorare in maniera più armonica con il team tedesco di corporate digital marketing per lo sviluppo di prodotti digitali sempre più performanti.

A luglio 2020 decido di cogliere una nuova opportunità accarezzando da tempo l'idea di portare il mio know-how in un'azienda italiana presente con diversi punti vendita nel centro sud Italia (Multicedi) e di approfondire in maniera concreta i diversi modelli di retail - High-Low ed Every day low Price - e del fondamentale ruolo che il digital gioca in quest'ambito. Qui per le insegne Adhoc, Decò e Dodecà coordino diverse agenzie ed un team di 5 persone sui diversi ambiti del digital marketing a cui si aggiunge il piano di lancio del CRM e della digital loyalty per migliorare sempre di più attività di engagement verso i punti vendita affiliati e di proprietà.

A novembre 2022 accetto la sfida di coordinare lo sviluppo della marca privata Decò e Gastronauta all'interno di Decò Italia. Centrale d'acquisto di base a Milano creata dalla collaborazione tra Multicedi e Gruppo Arena per sviluppare e gestire tutto il mondo delle Marche Private attraverso la linea di prodotti Decò e il brand Gastronauta.

MOTIVAZIONE AL CAMBIO

In questi ultimi anni ho imparato tanto e dopo una carriera stabile in una multinazionale B2B ho capito che il cambiamento è sempre un importante fattore di crescita personale e professionale.

INQUADRAMENTO: CCNL: Quadro Aspettative: 10% in più dell'attuale RAL + MBO 20% (valuto molto positivamente aziende attente alla felicità dei propri dipendenti capaci di vedere nelle persone dignità, valori e fiducia con l'adozione di modelli flessibili orientati al risultato come lo smart working)