

Informazioni personali

Nome
Nazionalità
Data e luogo di nascita
Indirizzo
Telefono
@

Giulia Silenzi
Italiana
11/11/1980 Fermo
Via Mascheroni 14, 20145 Milano
0039.347.33.65.736
giulia.silenzi@hotmail.it



Sintesi

Innovazione, comunicazione e management del Brand e/o del prodotto, gestione di progetto, sviluppo prodotto, coordinazione internazionale. Accelerazione, scouting e valutazione di startup innovative.

Ultimi risultati

Lancio di FoodTech Accelerator : www.foodtechaccelerator.io
Lancio della prima gamma private label vegetariana in Francia (Ottobre 2015). 5ml€ nel primo anno, 12ml€ nel secondo.
Lancio della partnership tra Carrefour Selection e Gault&Millaut : +10% di cifra d'affari vs 2016
Record di crescita per la marca Carrefour BIO => +14% vs 2015 ; marca bio n.1 in Francia.
Scholtés: lancio del marchio in 7 Paesi in 2 anni.

Esperienze lavorative

Deloitte (Officine Innovazione)
(47 mld\$, 120 Countries)
Milano
2018- today

Senior Manager, Head of [FoodTech Accelerator](http://www.foodtechaccelerator.io)

Responsabile di progetti di innovazione in tutti i settori (con un focus particolare nel Food) come ad esempio trasformazione aziendale, iniziative di open innovation, innovation journeys, call4ideas, incubation, acceleration, corporate entrepreneurship e startup support.
Management di diversi team di progetto contemporaneamente.

Carrefour
(104,4 mld, 35 Countries)
Paris
2017- 2018

Direttrice Innovazione & Trasformazione dell'offerta

Formulazione della strategia d'innovazione dell'offerta alimentare e non alimentare. Lancio dei programmi di Innovazione alimentare. Gestione del network di open innovation. Sostegno e formazione ai nuovi metodi di lavoro (agility, design thinking). Gestione di un'equipe (4 persone).

Carrefour
(104,4 mld, 35 Countries)
Paris
2013- 2017

Senior European Brand Manager

Carrefour BIO, Carrefour Selection e Carrefour Veggie (400 ml€/Francia)
Lancio di un brand internazionale : Carrefour Veggie, la prima private label vegetariana in Francia. Formulazione e implementazione della strategia del brand (1 anno/3 anni /5 anni); linee guida dell'assortimento; pianificazione piano sviluppo prodotti; comunicazione (web, stampa, TV e BTL); packaging design, line guida qualità (partnership con Gault&Millaut). Misurazione della performance e dei KPI scelti. Gestione di risorse (2).

Carrefour
(104,4 mld, 35 Countries)
Paris
2010- 2013

European Brand Manager

Carrefour Discount (300 ml€/France)
Formulazione e implementazione della strategia del brand a livello europeo. Responsabilità del conto economico e della performance del brand. Sviluppo di un modello economico valido per tutti i Paesi europei. Gestione dell'assortimento prodotti; ideazione ed implementazione della strategia di comunicazione (web, stampa e BTL). Coordinamento Paesi e condivisione delle best practices. Gestione di un team orizzontale cross-funzione, interno ed esterno all'azienda.
Gestione di risorse (2).

Indesit Company
(2,6 mld, 24 Countries)
Paris
2010

West Europe Marketing Manager (7 Countries)

Controllo, coordinazione e approvazione dei piani marketing e comunicazione locali. Sviluppo e supporto di progetti locali. Analisi e reporting delle performances locali al top management; condivisione delle best practices tra i Paesi ed identificazione di nuove opportunità di business.

Indesit Company
(2,6 mld, 24 Countries)
Milan
2009-2010

International Scholtés Brand Manager

Lancio europeo del brand (UK, Italia, Francia, Russia, Portogallo, Spagna, Paesi Bassi): creazione, implementazione e supervisione della strategia internazionale del brand.
Strategia di comunicazione: ATL e BTL (materiale punto vendita, eventi internazionali a Milano, Londra, Parigi, Mosca, Lisbona), partnership internazionali nel mercato del lusso e chef stellati. Apertura showroom a Londra. Lancio del sito internet. Approvazione dei piani marketing e comunicazione locali. Gestione di risorse (2).

L'Oréal Italia
(Italia 1,1 mld€,130 Countries)
Milan
2005-2009

Senior product manager Garnier Face and Bodycare

Gestione del marketing mix: definizione del piano marketing, lancio di prodotti e misurazione delle performances. Attività di co-marketing. Sviluppo materiali punto vendita. Piano media (TV, stampa e web). Benchmark della concorrenza. Analisi di mercato e del cliente. Previsioni di vendita; controllo della performance economica. Gestione di risorse (2).

Istruzione e Formazione

2004

Master in Fashion Marketing & Communication Co-ordination at IED, Istituto Europeo di Design (Milan); ho vinto una borsa di studio.

2004

Laurea Magistrale in Economia Aziendale, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milan.

Voto: 108/110.

1999

Diploma Liceo Classico "Annibal Caro", Fermo. Voto: 93/100.

Competenze personali

Competenze Linguistiche

Italiano: madrelingua Francese: bilingue Inglese: proficiency

Competenze organizzative e gestionali

Leadership, team working, flessibilità in contesti internazionali, focus sui risultati, eccellenti competenze comunicative

Competenze Tecniche

MS Office (Word, Excel, Powerpoint, Access), MS Outlook, Internet Explorer Data base such as Access, ACNielsen, IRI, IPSOS, GFK, basic SAP

Informazioni Aggiuntive

Hobbies

Arte, letteratura, fashion, cucina, viaggi, nuoto, barca a vela e yoga.

Mamma di due bambini.

Membro di SlowFood dal 1998.