

MARCO RIMONDI, MBA, Innovation & Temporary Manager

MD/GENERAL MANAGER/COO/CEO/BUSINESS UNIT LEADER

Dirigente aziendale di alto livello considerato persona chiave nella visione e nella missione di CNH Industrial Group, durante la collaborazione con le società del gruppo per oltre 26 anni in Europa, Asia, Nord e Sud America; eccelle nel formulare e implementare strategie, iniziative e piani di business non convenzionali ed innovativi. Comprovata capacità di creare team vincenti e motivare gli stakeholder interni ed esterni a credere nella visione e nella strategia in esecuzione. Capace di realizzare una crescita della quota di mercato e dei volumi al di sopra della media, implementare ristrutturazioni del C/E (in 24 mesi, il C/E della filiale tedesca è stato portato da una perdita di US\$ 20 milioni ad un profitto di US\$ 10 milioni) ed aumentare la produttività dei Clienti (il quale hanno beneficiato di una riduzione dei tempi del fermo macchina del 50%). Oggi, è focalizzato sullo sviluppo di PMI e start-up innovative. Madrelingua italiano, fluente in inglese, tedesco e francese. Crea le condizioni per una comunicazione aperta e franca. Assembla team dalle competenze e attitudini complementari. Costantemente impegnato in attività di apprendimento permanente (MBA 2012; certificazione Innovation Manager 2019 e Temporary Manager 2021); crea le condizioni per afferrare le opportunità al momento giusto.

COMPETENZE PRINCIPALI

- Sviluppo e miglioramento Fatturato e Profittabilità ▪ Gestione Conto Economico ▪ Vendite e Marketing Leadership
 - Gestione Costi/Efficienza Operativa ▪ Sviluppo Risorse Umane/Gestione Talenti ▪ StartUp
- Interim Management ▪ Internazionalizzazione ▪ Operations ▪ Finanza Alternativa ▪ Innovazione ▪ Automotive

CAPACITÀ E TRAGUARDI

- **Gestione e Guida di Progetti e Complessi/Programma di ReIngenerizzazione dei Processi (CNH Italia SpA)** - il programma Terra Novus fu implementato per migrare tutti i processi aziendali sulla piattaforma SAP, sostituendo così i differenti sistemi preesistenti alle attività di M&A; Budget Totale di US\$150M per un periodo di 8 anni, con un team di circa 60 membri. Le prime due implementazioni non ottennero i risultati sperati, per cui il CEO mi assegnò la leadership del programma. A fronte di un complesso e differenziato business, il programma fu totalmente ridefinito, incluso le responsabilità dei componenti del team, non escludendo il ruolo dei consulenti impegnati sul progetto (system integrator). Dopo 18 mesi, mentre il piano di implementazioni fu portato a termine in Portogallo, Spagna ed Argentina, si sono corretti gli errori sulle prime due implementazioni (Italia ed Nord America). Il programma di implementazioni è stato poi completato dal mio successore (fine lavori 2016); l'innovazione più dirompente ha modificato i processi di Sales & Marketing con il lancio del configuratore di prodotto online, la redazione del preventivo in automatico e la misurazione dell'efficacia ed effettività della forza attraverso uno strumento Business Intelligence.
- **Customer Care (CNH Italia SpA)** - CNH Global NV inaugurò il dipartimento di Customer Care nell'Aprile del 2007. Mi fu assegnato il compito di sviluppare un portafoglio di servizi ad alto valore aggiunto per poi implementarlo in 12 paesi Europei; l'obiettivo principale del Dipartimento era quello di ridurre il fermo macchina assicurando così un maggiore livello di esperienza di utilizzo. Durante i tre anni di lavoro, il portfolio di servizi includeva: Breakdown Assistance (gestione di 4.000 casi/anno), sviluppo del canale Relazione ascolto Cliente (40.000 contatti/anno), campagne di richiamo, lead management, archivio Clienti, ed integrazione della strategia digitale nei processi di vendita. Sono stati raggiunti i seguenti KPIs:
 - 50% Riduzione del fermo macchina, da 100 to 51 ore;
 - Miglioramento dell'Indice di Soddisfazione del Cliente da 7 a 8,5, in una scala di 10 punti;
 - Riduzione dei costi delle campagne di richiamo del 75%.

- ***Visione Strategica, Strategia dei Brand e loro Posizionamento (CNH Deutschland GmbH)*** - A seguito dei risultati non soddisfacenti delle filiali in Germania ed Austria, successivamente alla fusione del 1999 fra New Holland e Case Corp. - perdita di quote di mercato, dimissioni di personale e perdita di importanti Concessionari, dimostrati dai risultati finanziari negativi - sono stato nominato CEO. In Austria, è stata implementata una strategia non convenzionale di riduzione d'importanza di una parte della rete di concessionari (gruppo d'acquisto) - che stava riducendo progressivamente il suo impegno, senza però voler rinunciare alla sua influenza, e nel frattempo nominare punti di vendita alternativi. Parte del territorio venne assegnato a nuovi e più motivati Concessionari con la conseguenza che il supporto Commerciale veniva progressivamente dirottato sui nuovi punti vendita. Queste azioni hanno portato a ristabilire il posizionamento del marchio Steyr nel mercato e confermare la longevità dello stesso nella comunità locale. In Germania, una volta risolti i problemi più impellenti (relative all'affidabilità del prodotto), l'attenzione si concentrò sulla creazione di nuovi e più controllati processi di vendita che potessero fermare la perdita di quota di mercato, ed allo stesso tempo pretendere una maggiore disciplina, anche sul lato creditizio. Implementata e divulgata una chiara strategia per ciascuno dei 3 marchi (New Holland, Case IH e Steyr) su tutta la comunità (Dipendenti, Fornitori, Clienti, Concessionari e Stampa). In particolare, nella comunità dei Concessionari e delle loro Associazioni, per riaffermare la bontà degli investimenti fatti sui tre Marchi.
- ***Business Planning & Operations Allineamento del Modello di Business (CNH Italia SpA)***- Guida l'integrazione gestionale di quello che in passato erano 5 differenti Società all'interno di un unico modello di business. Alla fine del 2020, supportato da ICT, sviluppa, implementa e guida un progetto di cambiamento gestionale omnicomprensivo che sarà adottato da tutti i mercati entro la fine del 2003. Tenendo conto delle linee guida e del budget autorizzato, la selezione si focalizza sulla scelta di uno degli strumenti già in uso e con un piano d'implementazione pensato per la massima riduzione dei rischi connessi. Le molte famiglie di utenti, distribuite sul territorio Europeo, hanno ricevuto la formazione sulla nuova metodologia e sull'utilizzo del nuovo strumento. La standardizzazione del modello di business su tutte le linee di prodotto ha permesso di ottenere una lettura unica dell'andamento del business, dal singolo Concessionario fino al CEO.
- ***Attenzione al Cliente nella strategia Multi-Brand, Revisione Dipartimento (CNH UK Ltd.)***- In seguito all'acquisizione di Case Corporation ed alla sua successiva integrazione con New Holland, il Marketing Europa ha dovuto ridurre l'attenzione ai contenuti tecnici del prodotto per focalizzarsi sulla gestione dei Marchi presenti in portafoglio ed alla profonda conoscenza del Cliente. Ha gestito e guidato la transazione del Dipartimento spostando l'attenzione dal 'Prodotto' al 'Cliente'. Ha introdotto nuove skills e conoscenze nel team. Ha determinato la strategia di ogni marchio basandola sul Cliente tipo per ciascun marchio, evidenziando le assonanze Cliente/Prodotto piuttosto che utilizzare solo caratteristiche tecniche. Questo per evitare cannibalizzazione interna. Completa il disegno strategico, aggiornato il piano prodotto a lungo termine ed i servizi finanziari a supporto del Cliente e del proprio investimento.

ESPERIENZA PROFESSIONALE

Immodrone Academy srl, Brescia, Italia

Co-Founder & Membro del Consiglio d'Amministrazione

2022-oggi

- Scuola di formazione e specializzazione per piloti di Droni

Inspectiondrone srl, Milano, Italia

Co-Founder & CEO

2021-oggi

- Sviluppo applicativi di Intelligenza Artificiale per il settore delle infrastrutture

Immodrone srl, Torino, Italia

Membro del Consiglio d'Amministrazione

2021-oggi

- Il più grande network di piloti di Droni in Italia
- Marketing Turistico Immobiliare

M+ Consulting - Torino, Italia

Fondatore

2016 - oggi

- Sviluppo di Start-Up & Interim Management (Immodrone srl, Torino - Inspectiondrone srl, Milano)
- Progetti di internazionalizzazione per la PMI Italiana (Fornitori del settore Automotive)
- Progetti di Ristrutturazione della PMI Italiana (sales & marketing, logistica, acquisti, organizzazione, finanza)

CNH Industrial Services srl - Torino, Italia and Lugano, Svizzera

Senior Director, Head of Commercial Services Regione Asia Pacific

2013 - Mar 2015

- Progettazione, implementazione e monitoraggio della coerenza del posizionamento dei 12 marchi regionali in portfolio su tutti i canali distributivi con la diretta responsabilità delle funzioni di Sviluppo Rete, Customer Care, Comunicazione, Gestione Eventi, Stampa e Sostenibilità. 17 collaboratori diretti ed altri 60 indiretti.
- Sviluppata ed implementata la strategia CRM regionale, mappata la rete distributiva (circa 5.000 punti vendita) e rafforzato lo sviluppo e l'implementazione delle linee guida e modelli qualitativi sull'intera rete, così come incremento della comunicazione digitale con un incremento dei visitatori unici del 30% sui canali social/siti web dei marchi in portfolio

<i>CNH Italia SpA - Torino, Italia</i>	
Senior Director, TerraNovus SAP Project - Globale	2011 - 2013
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementazione del programma di trasformazione - l'iniziativa ha coinvolto l'intera Società, con l'obiettivo di trasferire tutti i processi di business su un'unica piattaforma (SAP); programma pluriennale del valore di US\$ 150 milioni; 15 collaboratori diretti e 45 indiretti. ▪ Aggiornamento del progetto ed implementazione in Italia, Nord America, Portogallo, Spagna ed Argentina. 	
Senior Director, Customer Care Europe	2007 - 2011
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Responsabile dell'implementazione della strategia CRM, il disegno organizzativo della funzione e del Call Centre per la gestione dei processi critici, quali Relazione con il cliente, Supporto Tecnico e Customer Experience. ▪ Gestione di un team di 30 collaboratori e di un budget di US\$10Milioni. 	
<i>CNH UK Ltd. - Basildon, UK</i>	
Business Director - UK and Irlanda - Case IH	2006 - 2007
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ristrutturazione: Gestione della transizione al nuovo management team; nel frattempo, stabilizzazione del business ed ottimizzazione della rete distributiva con la nomina di nuovi Concessionari e l'eliminazione di Concessionari poco rappresentativi. Volumi gestiti: 1,500 unità per un fatturato di circa US\$ 70Milioni. 20 collaboratori diretti. ▪ Selezione del nuovo Business Director, ridefinizione delle attività Sales & Marketing con la creazione dei Key Account Managers, sviluppo e diretta relazione con cinque grandi Clienti rappresentanti il 25% del volume di business annuale e cambiato il 20% della rete dei Concessionari. 	
<i>CNH Deutschland GmbH - Heilbronn, Germania</i>	
CEO - Germany & Austria - Case IH & New Holland	2004 - 2006
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ristrutturazione: Responsabile del Conto Economico dei due marchi New Holland/Case IH; transizione al nuovo management team; fatturato annuale di circa US\$400Milioni, 100 Concessionari con 400 punti vendita, 220 dipendenti. ▪ Al termine della ristrutturazione, il fatturato è cresciuto del 20% (da US\$340 a US\$400Milioni), l'EBIDTA da negativo è ritornato positivo (da -US\$20 a +US\$10Milioni), il nuovo management team è stato selezionato e nominato, la forza vendita e tutto il back-office sono stati riorganizzati, in coerenza con il nuovo processo di gestione dei lead. 	
<i>CNH Italia SpA - Torino, Italia</i>	
Senior Director Supply Chain Global - Divisione Macchine Movimento Terra	2002 - 2004
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Volumi gestiti: 60.000 unità o US\$2,4Miliardi; 10 collaboratori diretti e 60 indiretti. ▪ Gestita l'integrazione, la razionalizzazione e la semplificazione di quello che erano 5 differenti società indipendenti delle varie funzioni, quali Logistica, Distribuzione, Gestione Ordine, Catalogo Prodotto, Vendite, Pianificazione e Reportistica. ▪ Determinante la riduzione dei tempi di attraversamento ridotti da 12 a 7 settimane per una riduzione del Capitale Circolante di circa US\$400Milioni. 	

POSIZIONE RICOPERTE PRECEDENTEMENTE

Sr Director - Marketing Europa - New Holland & Case IH; CNHUKLtd. - Basildon, UK	1997 - 2001
Sales and Branch Manager Austria - New Holland; New Holland Oesterreich GesmbH - Wels, Austria	1993 - 1997
Area Manager - Grecia, Svizzera, Irlanda ed Islanda - FiatAgri; FiatGeotechSpA-Modena, Italia	1989 - 1993

QUALIFICHE ED FORMAZIONE

Temporary Manager / Certificato RINA CCM-655/21- protocollo FEDERMANAGER	2021
Innovation Manager MISE / Certificato RINA CCM-387/19 - MISE decreto direttoriale 6 novembre 2019	2019
4th Global Executive MBA Milano, Los Angeles, Copenhagen, Shanghai, Tel Aviv e Toronto, SDA Bocconi, Milano	2011-2012
Business Administration for Middle Management (Post-Diploma), SADA, Modena	1988 - 1989
IT per Geometri, GB Aleotti, Ferrara	1979 - 1983

DETTAGLI PERSONALI