

# SALARY SURVEY 2017



RETAIL

**MichaelPage**  
Retail

**Worldwide leaders in specialist recruitment**  
[www.michaelpage.it](http://www.michaelpage.it)

Part of PageGroup

Gentili clienti,

abbiamo il piacere di presentarvi i nuovi studi di retribuzione relativi all'anno 2017.

Michael Page, quale leader nella ricerca e selezione di personale, si posiziona come partner ideale per tutte quelle aziende che come noi vogliono investire nel talento e nelle competenze, garantendo trasparenza e oggettività lungo tutto il processo di selezione.

Avvalersi della collaborazione di risorse competenti e produttive è infatti l'asset fondamentale perché un'azienda possa essere competitiva e raggiungere performance di livello, in un mercato sempre più sfidante.

In un ambiente in evoluzione e sempre più complesso, caratterizzato da cambiamenti economici e socio-demografici, le professioni si diversificano e caratterizzano per maggiori competenze tecniche, una più alta specializzazione e l'internazionalizzazione dei profili.

L'obiettivo delle nostre salary survey è quello di fornire una visione accurata dei livelli retributivi dei profili più richiesti, fornendo un quadro aggiornato delle condizioni attuali del mercato, delle tendenze del lavoro e dei livelli dei salari nelle seguenti discipline:

- Banking & Insurance
- Finance
- Engineering & Manufacturing
- Consulting
- Digital & New Media
- Healthcare & Life Sciences
- Human Resources
- Procurement & Supply
- Chain Property & Construction
- Retail
- Tax & Legal
- Technology
- Sales & Marketing

Grazie all'esperienza maturata in 20 anni di attività, Michael Page Italia è in grado di agire come partner e consulente sia per i propri candidati che per i propri clienti. Ringrazio tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di questo studio e confido possiate trovarlo ricco di informazioni utili.

I nostri consulenti sono a disposizione per fornirvi ulteriori dettagli, o per approfondire vostre specifiche esigenze.

Cordialmente,

**Tomaso Mainini**

Managing Director PageGroup



Michael Page è una tra le più importanti società a livello europeo e mondiale nella ricerca e selezione di personale specializzato, con un know-how d'eccellenza nell'ambito del "middle e top management" per i settori Banking e Insurance, Finance, Consulting, Engineering & Manufacturing, Digital & New Media, Healthcare & Life Sciences, Human Resources, Procurement & Supply Chain, Property & Construction, Retail, Tax & Legal, Technology, Sales & Marketing.

Da 40 anni il gruppo offre ai clienti soluzioni innovative e personalizzate per il recruitment dei migliori talenti sul mercato, sia per incarichi a tempo indeterminato sia per missioni a tempo determinato.

Nato nel 1976 e quotato alla Borsa di Londra, il Gruppo è oggi presente in 35 Paesi tra Europa, Asia-Pacifico, America del Nord e del Sud, Medio Oriente e Africa.

Il successo delle nostre missioni dipende essenzialmente dal nostro metodo d'approccio. In un contesto complesso, c'è bisogno di una relazione privilegiata, di contatti diretti e di consigli ad alto valore aggiunto. E' dunque essenziale creare delle equipe specializzate per rispondere in maniera rapida e pertinente ai bisogni dei clienti e dei candidati. L'esperienza settoriale dei nostri consulenti conferma la volontà da parte di Michael Page di portare alle aziende risposte rapide, adatte alla diversità dei loro bisogni e delle loro problematiche, stabilendo così una vera e propria partnership con il cliente.

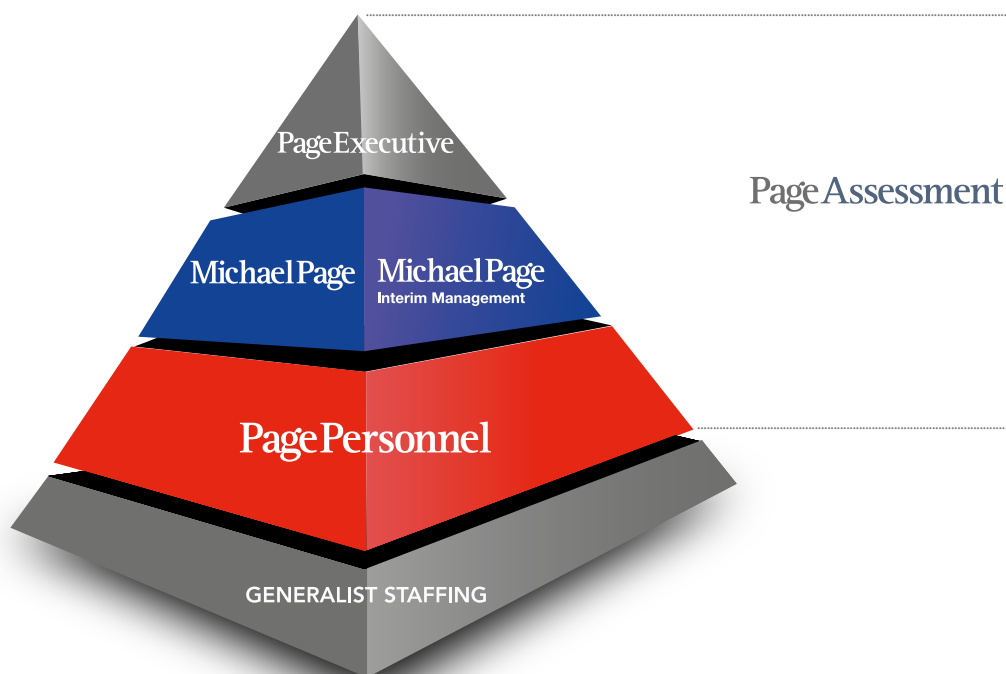


In Italia, PageGroup è presente dal 1997 con 5 sedi: Milano, Roma, Torino, Bologna, Padova.

Ad oggi il gruppo si costituisce di 3 brand:

- Page Executive, brand di PageGroup specializzata in head hunting, per figure dirigenziali a livello di comitato esecutivo. Con un approccio flessibile e dinamico strutturato per settore, Page Executive offre un servizio focalizzato alla soddisfazione del cliente grazie alla comprovata esperienza nella ricerca e selezione di dirigenti per inserimenti permanent e temporary.
- Michael Page, è specializzato nella ricerca e selezione di posizioni di middle e top management. Grazie all'esperienza di consulenti ex-operativi del settore riesce a comprendere le esigenze dei clienti e ad individuare il giusto candidato.
- Page Personnel, agenzia per il lavoro che si occupa di ricerca e selezione di impiegati e giovani professionisti qualificati, mediante somministrazione di lavoro temporaneo e assunzioni dirette a tempo determinato e indeterminato. Anche qui la specializzazione delle divisioni è uno dei principali punti di forza.

## PageGroup





Michael Page Retail è la divisione del gruppo Michael Page, leader in Italia nella ricerca e selezione di personale specializzato, con un know-how d'eccellenza nell'ambito del "middle e top management" per posizioni di vendita e marketing.

Nata in Italia nel 1997 ha giocato sin dai primi anni un ruolo d'eccellenza nell'interpretare insieme ai propri clienti le loro esigenze selezionando e proponendo le migliori professionalità e giocando un ruolo proattivo nel disegno delle professionalità del futuro.

Questo studio di retribuzione si basa sui dati forniti dai consulenti della Divisione Retail specializzati nella grande distribuzione, lusso, pronto moda e hotellerie.

La professionalità dei nostri consulenti, valorizzata da esperienze lavorative nelle specifiche funzioni, ci permette di accompagnare i clienti lungo tutto il processo di selezione con la garanzia di un intervento di qualità, deontologicamente e giuridicamente corretto come richiesto dal gruppo Michael Page e dalla legislazione vigente.

La divisione Retail, al fine di proporre soluzioni adeguate per ogni missione, si avvale di metodi complementari di ricerca:

- un network di 45.800 candidati presenti nel database che sono stati incontrati in 15 anni di attività dai nostri consulenti;
- uno spazio dedicato ai manager interessati a valutare nuove opportunità sul sito [www.michaelpage.it](http://www.michaelpage.it);
- annunci di grande visibilità sulla stampa e sui maggiori siti europei per l'impiego;
- contatto diretto dei candidati attraverso l'Head Hunting.

L'utilizzo di tutti gli strumenti, o di una parte di essi secondo il profilo ricercato, ha consentito di portare a buon fine oltre 300 missioni nel 2008.

Questo studio è il frutto del lavoro quotidiano dei consulenti della divisione Retail e, nello specifico della valutazione delle candidature incontrate ogni mese, oggetto di un'approfondita analisi dei percorsi, delle aspirazioni e delle condizioni economiche dei candidati. Per ogni ruolo abbiamo preso in considerazione le tendenze del mercato oltre alle possibili evoluzioni di carriera. Le retribuzioni vengono presentate secondo un importo minimo e massimo comprendendo la parte variabile non considerando benefit quali alloggio, auto aziendale e stock options.

Ci auguriamo che possiate trovare in questo documento informazioni utili che unite alla vostra conoscenza Vi permetterà di prendere le migliori decisioni per la Vostra azienda.

Non esitate a contattarci per i vostri commenti o eventuali chiarimenti.

Buona Lettura!

\*Note relative alle tabelle retributive:

- RAL = Retribuzione Annua Lorda
- Le retribuzioni riportate nelle tabelle retributive sono da considerarsi in Euro



|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| <b>INTRODUZIONE ALLO STUDIO RETRIBUTIVO</b> | 2  |
| <b>MICHAEL PAGE</b>                         | 3  |
| <b>PAGEGROUP IN ITALIA</b>                  | 4  |
| <b>NOTE PRELIMINARI</b>                     | 5  |
| <b>INDEX</b>                                | 6  |
| Store Manager                               | 7  |
| Area Manager                                | 8  |
| Retail Manager                              | 9  |
| Wholesale Manager                           | 10 |
| Export Manager                              | 11 |
| Direttore Vendite                           | 12 |
| Direttore Commerciale                       | 13 |
| Buyer                                       | 14 |
| Product Manager                             | 15 |
| Merchandising Manager                       | 16 |
| Responsabile Marketing                      | 17 |
| Stock Planner                               | 18 |
| <b>I NOSTRI UFFICI</b>                      | 19 |





## STORE MANAGER

### DIPENDENZA GERARCHICA

Riporta direttamente all'Area Manager ed opera in completa autonomia ed in accordo con le politiche aziendali.

### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- pianificare la logistica e l'organizzazione del proprio team di lavoro;
- elaborare le strategie commerciali e le promozioni in store settimanali;
- gestire il budget e la reportistica;
- analizzare gli scostamenti di vendita del settore tra dati di budget e dati consuntivi;
- assicurare alti standards di servizio al cliente attraverso la pianificazione, il monitoraggio di programmi di training allo staff;
- sviluppare strategie per l'esecuzione di eventi promozionali, stagionali e operazioni giornaliere dello store.



### PROFILO/TENDENZA

Lo Store Manager, preferibilmente di cultura universitaria, ha solitamente maturato un'esperienza come Capo Settore o Vice Store Manager, all'interno del settore di riferimento.

Deve possedere una forte propensione al lavoro in team, leadership e gestione del personale unitamente ad un approccio al lavoro dinamico ed entusiasta. Completa il profilo la conoscenza della lingua inglese.

### EVOLUZIONE

L'evoluzione del ruolo è quella di Area Manager o Retail Manager.

| RETRIBUZIONE |         |         |
|--------------|---------|---------|
| Business     | RAL Min | RAL Max |
| FAST RETAIL  | 30.000  | 45.000  |
| LUSSO        | 50.000  | 80.000  |





## AREA MANAGER

### DIPENDENZA GERARCHICA

L'Area Manager riporta direttamente al Responsabile Wholesale o al Direttore Vendite, ed opera in completa autonomia ed in accordo con le politiche aziendali.

### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- raggiungimento dei risultati economici dei punti vendita per l'area di competenza;
- gestione del personale dei punti vendita e degli Store Manager; selezione, formazione, motivazione e coordinamento del personale;
- pianificazione dei budget, controllo della politica commerciale, economica e operativa dei punti vendita;
- verifica dei fatturati, del conseguimento degli obiettivi programmati di vendita, dei costi e degli investimenti mobiliari;
- controllo delle filiali, della produttività, dei programmi di consegna, layout e verifica del rispetto degli standard aziendali;
- stipulazione e gestione contratti con fornitori per la manutenzione e il mantenimento stabili;
- partecipazione alla definizione delle strategie promozionali e di comunicazione;
- start up di nuovi punti vendita, definizione layout e messa a regime dei nuovi negozi.

### PROFILO/TENDENZA

E' un profilo solitamente con cultura universitaria, e ha maturato una solida esperienza in ruoli di key account o Store Manager di grandi superfici, all'interno del settore di riferimento. Deve possedere una forte propensione al lavoro in team, leadership e capacità nella gestione del personale unitamente ad un approccio al lavoro dinamico ed entusiasta. Completa il profilo l'ottima conoscenza della lingua inglese.

### EVOLUZIONE

L'evoluzione del ruolo è quella di Responsabile Wholesale o Direttore Vendite.

| RETRIBUZIONE |         |         |
|--------------|---------|---------|
| Business     | RAL Min | RAL Max |
| FAST RETAIL  | 40.000  | 55.000  |
| LUSSO        | 60.000  | 90.000  |





## RETAIL MANAGER

### DIPENDENZA GERARCHICA

Riporta direttamente alla Direzione Vendite ed opera in completa autonomia ed in accordo con le politiche aziendali.

### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- gestire e sviluppare la rete di negozi presenti e occuparsi dalla start up dei nuovi;
- definire le strategie di sviluppo commerciale nel mercato di competenza;
- raggiungere gli obiettivi di fatturato e di profittabilità;
- assicurare la corretta applicazione delle procedure;
- coordinare la politica degli acquisti, della logistica e degli approvvigionamenti delle merci;
- selezionare e gestire le risorse umane;
- sviluppare e migliorare i programmi formativi per il personale di vendita;
- fungere da link tra l'ufficio centrale e i negozi in modo da assicurare la corretta comunicazione tra i dipartimenti;
- verificare le procedure Visual e Marketing per la migliore performance dei negozi.



### PROFILO/TENDENZA

E' un profilo che generalmente ha maturato una solida esperienza in ruoli da Area Manager o Direttore Negozio di medie/grandi superfici, all'interno del settore di riferimento. Deve possedere una forte propensione al lavoro in team, leadership e gestione del personale unitamente ad un approccio al lavoro dinamico ed entusiasta. Sempre più indispensabile diviene l'ottima conoscenza della lingua inglese, soprattutto in contesti internazionali.

### EVOLUZIONE

L'evoluzione del ruolo è quella di Retail Manager International o Direttore Vendite.

| RETRIBUZIONE |         |         |
|--------------|---------|---------|
| Business     | RAL Min | RAL Max |
| FAST RETAIL  | 55.000  | 70.000  |
| LUSSO        | 80.000  | 120.000 |





## WHOLESALE MANAGER

### DIPENDENZA GERARCHICA

Il Wholesale Manager riportando al Direttore Commerciale o alla Direzione Generale nelle società più snelle, ha la responsabilità di raggiungere l'obiettivo di fatturato assegnato nelle aree di sua competenza e sul canale assegnato Wholesale department, franchising, corner.).

E' la figura in azienda che ha l'approfondita conoscenza di territorio e mercato il che, unite ad una esperienza lavorativa superiore ai 6/8 anni, gli permette di interpretare i segnali di mercato dando indicazioni precise e puntuali sui trend futuri alla Direzione.

Il ruolo richiede la conoscenza di almeno una lingua straniera e una solida esperienza commerciale a livello internazionale.



### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- raggiungere il budget di vendita attraverso la gestione dei paesi di propria responsabilità;
- sviluppare partnership a livello locale permettendo lo sviluppo mondiale della società (distributori, agenti, key clients o clienti diretti);
- formare, supportare e motivare la struttura commerciale garantendone una continua formazione;
- attuare la politica commerciale, seguendo le linee guida dell'azienda, sviluppare i Key customers;
- monitorare il mercato internazionale individuando nuove opportunità di business e riportando alla Direzione le indicazioni necessarie allo sviluppo dell'azienda.

### EVOLUZIONE

Le possibili evoluzioni del ruolo sono la gestione di un'area commerciale in aziende che sviluppano fatturati maggiori, la Direzione Commerciale Estero e quella italiana

| RETRIBUZIONE |         |           |
|--------------|---------|-----------|
| Esperienza   | RAL Min | RAL Max   |
| 5 - 10 anni  | 45.000  | 70.000    |
| 10 - 15 anni | 70.000  | 90.000    |
| ≥ 15 anni    | 90.000  | ≥ 100.000 |





## EXPORT MANAGER

### DIPENDENZA GERARCHICA

L'Export Manager o Export Area Manager riportando al Direttore Export, o alla Direzione Generale nelle società più snelle, ha la responsabilità di raggiungere l'obiettivo di fatturato assegnato nelle aree di sua competenza e sul canale assegnato (retail, wholesale, franchising).

E' la figura in azienda che ha l'approfondita conoscenza di territorio e mercato il che, unite ad una esperienza lavorativa superiore ai 4/5 anni, gli permette di interpretare i segnali di mercato dando indicazioni precise e puntuali sui trend futuri alla Direzione.

Il ruolo richiede la conoscenza di almeno una lingua straniera e una solida esperienza commerciale a livello internazionale.



### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- raggiungere il budget di vendita attraverso la gestione dei paesi di propria responsabilità;
- sviluppare partnership a livello locale permettendo lo sviluppo mondiale della società;
- formare, supportare e motivare la struttura commerciale garantendone una continua formazione;
- attuare la politica commerciale, seguendo le linee guida dell'azienda, sviluppare i Key customers;
- monitorare il mercato internazionale individuando nuove opportunità di business e riportando alla Direzione le indicazioni necessarie allo sviluppo dell'azienda.

### EVOLUZIONE

Le possibili evoluzioni del ruolo sono la gestione di un'area commerciale in aziende che sviluppano fatturati maggiori, la Direzione Commerciale Estero o quella italiana.

| RETRIBUZIONE |         |           |
|--------------|---------|-----------|
| Esperienza   | RAL Min | RAL Max   |
| 5 - 10 anni  | 45.000  | 70.000    |
| 10 - 15 anni | 70.000  | 90.000    |
| ≥ 15 anni    | 90.000  | ≥ 100.000 |







## DIRETTORE VENDITE

### DIPENDENZA GERARCHICA

Il Direttore Vendite, riportando al Direttore Commerciale, collabora nella stesura del budget in funzione delle aree geografiche, dei clienti e dei canali di vendita ed è responsabile del raggiungimento degli obiettivi di fatturato.

Il ruolo richiede l'aver maturato una solida esperienza commerciale diversificata per aree geografiche/canale di vendita/tipologia di clienti e gestione di uomini unite a capacità di analisi e sintesi.

### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- definire il budget di vendita in funzione delle aree e dei clienti;
- raggiungere gli obiettivi di fatturato assegnati e condivisi con il Direttore Commerciale;
- implementare la strategia commerciale attraverso una costante presenza sul territorio;
- motivare e selezionare la struttura commerciale garantendone una continua formazione.



### EVOLUZIONE

Le possibili evoluzioni del ruolo sono la Direzione Vendite in aziende che sviluppano fatturati maggiori (nelle società più snelle la figura riporta direttamente alla Direzione Generale) o la Direzione Commerciale.

| RETRIBUZIONE |         |           |
|--------------|---------|-----------|
| Esperienza   | RAL Min | RAL Max   |
| 5 - 10 anni  | 70.000  | 85.000    |
| 10 - 15 anni | 85.000  | 100.000   |
| ≥ 15 anni    | 100.000 | ≥ 120.000 |



## DIRETTORE COMMERCIALE

### DIPENDENZA GERARCHICA

Il Direttore Commerciale, riportando al Direttore Generale o all'Amministratore Delegato, partecipa alla definizione delle strategie con il comitato di direzione ed è responsabile dei risultati di fatturato e margine.

Il ruolo richiede l'aver maturato esperienza pregressa in realtà multinazionali o italiane strutturate unite alla capacità di interpretare i feedback ricevuti dalla forza vendite in strategie commerciali/marketing per massimizzare fatturato e margini.

La posizione, nelle realtà più strutturate ed articolate, ha la responsabilità delle vendite, del marketing e della comunicazione.



### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- definire ed implementare la strategia aziendale in accordo con il Comitato di Direzione;
- implementare con il Direttore Vendite la strategia commerciale;
- definire insieme alla Direzione Marketing il piano marketing;
- definire la strategia di comunicazione di lungo periodo;
- raggiungere gli obiettivi di fatturato e margine;
- motivare il proprio team garantendone una continua formazione.

### EVOLUZIONE

Le possibili evoluzioni del ruolo sono la Direzione Commerciale in aziende che sviluppano fatturati maggiori o posizioni di Direzione Generale.

| RETRIBUZIONE |         |           |
|--------------|---------|-----------|
| Esperienza   | RAL Min | RAL Max   |
| 5 - 10 anni  | 80.000  | 130.000   |
| 10 - 15 anni | 130.000 | 160.000   |
| ≥ 15 anni    | 160.000 | ≥ 160.000 |





## BUYER

### DIPENDENZA GERARCHICA

Il Buyer riporta direttamente alla Direzione Acquisti ed opera in completa autonomia ed in accordo con le politiche aziendali.

### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- condivisione dei budget d'acquisto assegnati e del raggiungimento degli obiettivi concordati coerentemente alle strategie aziendali;
- selezione di prodotti e fornitori e contrattazione delle condizioni commerciali;
- gestione ed amministrazione degli ordini;
- distribuzione della merce nei diversi punti vendita;
- monitoraggio e analisi di risultati e performance di vendita, in costante confronto con la Direzione Acquisti.

### PROFILO/TENDENZA

Per raggiungere la posizione di Buyer è necessario aver maturato un'esperienza come Capo Reparto/Settore o come Assistant Buyer. I candidati per questo ruolo hanno preferibilmente una cultura universitaria, sostenuti da una precedente esperienza come Capo Reparto, all'interno del settore di riferimento. Deve possedere uno spiccato senso commerciale e ottime doti di negoziazione. La conoscenza della lingua inglese è gradita, soprattutto nei contesti internazionali.



### EVOLUZIONE

L'evoluzione del ruolo è quella di Responsabile Acquisti.

| RETRIBUZIONE |         |         |
|--------------|---------|---------|
| Esperienza   | RAL Min | RAL Max |
| 3 - 5 anni   | 30.000  | 45.000  |
| 5 - 10 anni  | 45.000  | 55.000  |
| ≥ 10 anni    | 55.000  | 70.000  |



## PRODUCT MANAGER

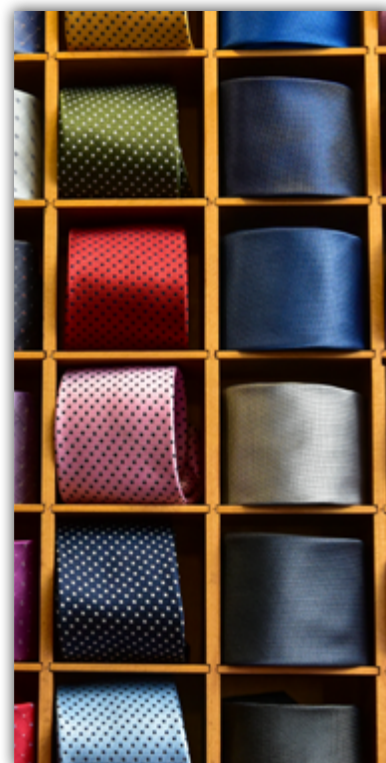
### DIPENDENZA GERARCHICA

Il Product Manager riporta direttamente al Merchandising Manager/ Responsabile Lineacollezioni.

### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- analisi delle performance di prodotto;
- raccolta ed analisi informazioni sul mercato;
- feed back commerciali, informazioni sui competitors;
- analisi principali trend delle sfilate;
- formulazione briefing commerciali;
- sistematico follow up attività Ufficio Stile;
- gestione processo pre-costing/costing;
- definizione PP e taglio campionario, Supporto all'Ufficio Comunicazione;
- preparazione strumenti di vendita Retail (material information);
- definizione listini, Gestione Piano Prodotto.



### PROFILO/TENDENZA

E' necessaria un'esperienza di almeno quattro anni in analogia in posizione in realtà del Retail strutturate.

E' una persona con una spiccata sensibilità per il prodotto, precisa, dinamica, intraprendente, sa lavorare per obiettivi ed in autonomia, è predisposta alle relazioni interpersonali, oltre che flessibile e disponibile a brevi trasferte.

### EVOLUZIONE

L'evoluzione del ruolo è quella di Brand Manager, Responsabile Collezione.

| RETRIBUZIONE |         |         |
|--------------|---------|---------|
| Esperienza   | RAL Min | RAL Max |
| 1 - 3 anni   | 28.000  | 35.000  |
| 4 - 8 anni   | 35.000  | 50.000  |
| ≥ 10 anni    | 45.000  | 75.000  |





## MERCHANDISING MANAGER

### DIPENDENZA GERARCHICA

Il Merchandising Manager riporta direttamente al Responsabile Ufficio Prodotto o alla Direzione.

### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- analisi delle tendenze;
- creazione del brief di collezione;
- responsabilità degli assortimenti;
- definizione delle linee strategiche della distribuzione;
- coordinamento del team dei product manager;
- analisi delle performance di prodotto;
- raccolta e analisi informazioni sul mercato;
- feedback commerciali e informazioni sui competitors;
- sistematico followup attività Ufficio Stile
- gestione processo pre-costing/costing
- definizione listini, Gestione Piano Prodotto



### PROFILO/TENDENZA

E' necessaria un'esperienza di almeno 8 anni in analoga posizione in realtà del Retail strutturate.

E' una persona con una spiccata sensibilità per il prodotto, precisa, dinamica, intraprendente, sa lavorare per obiettivi ed in autonomia, è predisposta alle relazioni interpersonali, oltre che flessibile e disponibile a brevi trasferte. Deve possedere ottime doti di leadership.

### EVOLUZIONE

L'evoluzione del ruolo è quella di Brand Manager, Marchandiser Manager.

| RETRIBUZIONE |         |         |
|--------------|---------|---------|
| Esperienza   | RAL Min | RAL Max |
| 1 - 3 anni   | 45.000  | 55.000  |
| 4 - 8 anni   | 55.000  | 65.000  |
| ≥ 10 anni    | 65.000  | 100.000 |





## RESPONSABILE MARKETING

### DIPENDENZA GERARCHICA

Il Direttore Marketing, riportando nelle strutture più complesse al Direttore Commerciale o al Direttore Generale, è parte del comitato di direzione ed è responsabile dell'immagine dell'azienda e della market share unitamente alla condivisione con la Direzione Commerciale dei risultati di fatturato e margine.

Il ruolo richiede l'aver maturato un'esperienza pregressa in realtà multinazionali ed una profonda conoscenza delle logiche di mercato nel quale si opera per tipo di canale e prodotto.

### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- definire la strategia marketing in accordo con il Comitato di Direzione;
- definire in accordo con la comunicazione la strategia media;
- garantire gli obiettivi di market share e di profittabilità;
- motivare la struttura marketing garantendone una continua formazione

### EVOLUZIONE

Le possibili evoluzioni del ruolo sono la Direzione Commerciale o la Direzione Generale.



| RETRIBUZIONE |         |           |
|--------------|---------|-----------|
| Esperienza   | RAL Min | RAL Max   |
| 10 - 15 anni | 60.000  | 80.000    |
| 15 - 20 anni | 80.000  | 110.000   |
| ≥ 20 anni    | 110.000 | ≥ 110.000 |





## STOCK PLANNER

### DIPENDENZA GERARCHICA

Riporta direttamente alla Direzione Retail o alla Direzione Marketing ed opera in contatto con l'Ufficio Stile, il Controllo di gestione e l'area vendite.

### RESPONSABILITÀ

Le sue principali responsabilità sono:

- controllo dei valori di stock, marginalità e fatturato sui punti vendita assegnati;
- analisi di venduto, sell out e riassortimento;
- monitoraggio dell'andamento del venduto delle categorie di prodotti;
- analisi del posizionamento e delle performance delle singole categorie;
- definizione delle strategie da sviluppare per implementare la singola categoria;
- individuazione dei best seller e dei worst seller;
- definizione delle politiche di assortimento, di pricing, di promozione e di esposizione nel punto vendita per categoria;
- interazione con l'ufficio stile e merchandising per l'elaborazione di strategie innovative.



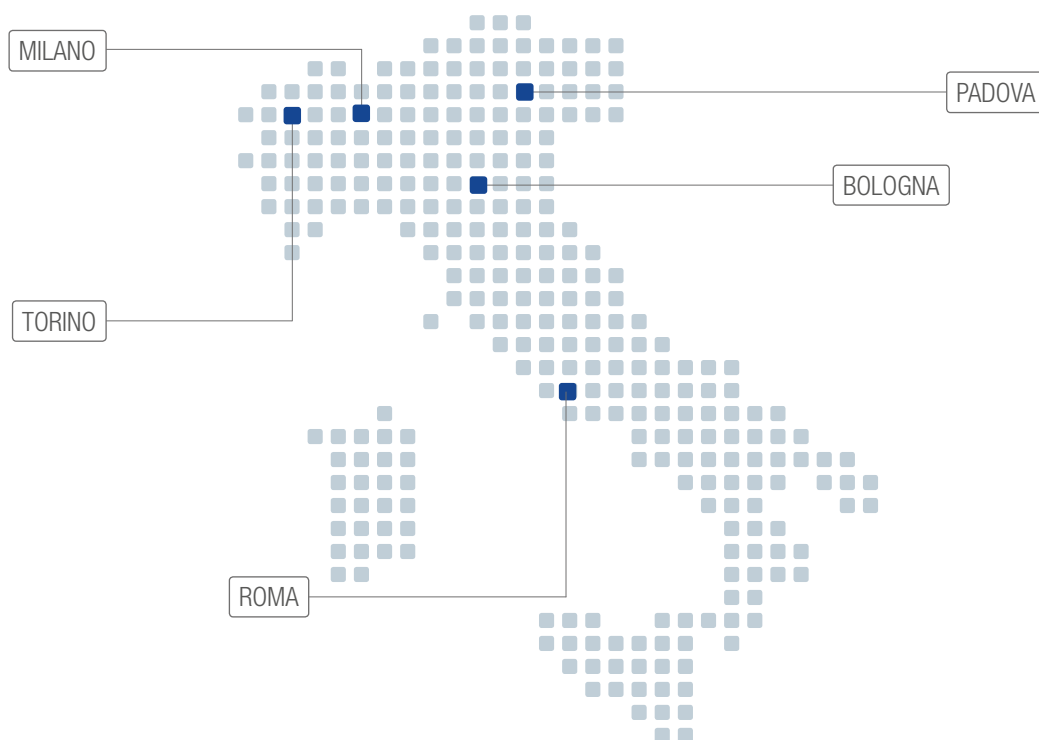
### PROFILO/TENDENZA

E' una figura che ha maturato una considerevole esperienza in ruoli di analisi e controllo dati all'interno di Store di ampie metrature ed è cresciuta nel tempo acquisendo la gestione di aree più ampie, fino allo spostamento in sede centrale. Deve possedere una spiccata capacità analitica, precisione e attitudine all'interpretazione dei principali KPI

### PROFILO/TENDENZA

L'evoluzione del ruolo può prevedere la crescita ad Area Manager Retail o all'interno dell'ufficio Stile come Junior PM/ Merchandiser.

| RETRIBUZIONE |         |         |
|--------------|---------|---------|
| Business     | RAL Min | RAL Max |
| FAST RETAIL  | 40.000  | 55.000  |
| LUSSO        | 50.000  | 65.000  |



## Milano

Via Spadari 1  
20123 Milano  
Tel. 0039 02 806 800 1

## Roma

Via Arcangelo Corelli 10  
00198 Roma  
Tel. 0039 06 853 770 1

## Torino

Via G. Botero 18  
10122 Torino  
Tel. 0039 011 55 70 555

## Bologna

Via Calzolerie 2  
40125 Bologna  
Tel. 0039 051 09 23 091

## Padova

Via Cesare Battisti 3  
35121 Padova  
Tel. 0039 049 7844 101





Michael Page