

**Profilo Professionale  
di  
ROBERTA BARGE**

Lindedin: [linkedin.com/in/robertabarge](https://www.linkedin.com/in/robertabarge)

**Studi compiuti**

1985- Diploma di maturità linguistica- Liceo Linguistico " Virgilio" di Torino.

1991- Laurea in Scienze Politiche con indirizzo economico-internazionale- Università degli studi di Torino -

**Corsi e seminari di aggiornamento professionale**

Vari corsi sia internamente alle aziende sia presso le istituzioni esterne; Organizzazione aziendale; Executive Master in sviluppo organizzativo (Tavistock School) Master in Comunicazione D'Impresa, Organizzazione di corsi di formazione; Marketing strategico e operativo; Tecniche e strategie di vendita; Giornalismo e tecniche della comunicazione; Relazioni pubbliche; Psicologia della Comunicazione; Tecniche pubblicitarie; Strategie di marketing nella comunicazione; Relazioni esterne; Comunicazione integrata; Budgeting; Gestione risorse umane.

Conoscenze informatiche buone sui più comuni sistemi operativi per PC, sui diversi linguaggi di programmazione, sulla posta elettronica (e-mail) e su Internet.

Sommellier AIS : Attestazione conseguita ad Aprile 2006  
Consigliere Federmanager Novara e VCO da maggio 2020

**Lingue conosciute:**

**Inglese:**

Ottimo, scritto e parlato livello "Proficiency"; vari soggiorni estivi in Inghilterra; soggiorno di 1 anno negli U.S.A. (Detroit - Michigan) con frequentazione di un master in Diritto internazionale dell'economia presso l'Università di Detroit.

**Francese:**

Ottimo, scritto e parlato. Approfondimento presso il Centre Culturel di Torino; vari soggiorni studio estivi durante la scuola superiore.

**Tedesco:**

Buono, scritto e parlato. Soggiorni studio in Germania (Stoccarda) al termine della scuola superiore

**Qualifica attuale**

Dirigente industria

## **ESPERIENZE PROFESSIONALI**

### **Ottobre 1986 – febbraio 1991**

SEAT PAGINE GIALLE S.p.a.- Torino – Società attiva a livello nazionale nel settore della pubblicazione di guide con fatturato medio di 1000 miliardi e con 1500 dipendenti.

Posizione: **Addetta alle vendite in qualità di agente**

#### **PRINCIPALI ATTIVITÀ ED OBIETTIVI RAGGIUNTI:** Acquisizione di tecniche di contatto

" Marketing oriented" con la clientela. Espletamento di tutte le attività inerenti all'assistenza commerciale, rispettando impegni contrattuali, tempi e costi previsti nei rispettivi contratti di vendita. Gestione ordini. Partecipazione attiva alla gestione del budget e al conseguimento degli obiettivi prefissati. Analisi dei risultati e confronto con gli obiettivi di budget. Espansione delle vendite nell'Area territoriale di riferimento, ed incremento del fatturato su tutta la linea di prodotti. Conoscenza della problematiche applicative del settore. Partecipazione attiva alla verifica costante dei risultati delle varie operazioni di marketing. Organizzazione del lavoro di vendita; elaborazione dei piani di visita con studio dei tempi e degli itinerari. Gestione dei mercati e dei potenziali clienti. Promozione dei prodotti presso i clienti inseriti nei canali distributivi di riferimento.

Gestione e controllo delle azioni commerciali sviluppate in conformità agli obiettivi aziendali stabiliti. Abitudine ad operare per obiettivi in assoluta autonomia. Conoscenza delle tecniche di vendita legate agli spazi pubblicitari. Prospezione sui vari segmenti di mercato e sulle varie linee di prodotto esistenti con conseguente progettazione di campagne pubblicitarie promozionali per l'acquisizione di ulteriori shares di clientela e consumatori. Partecipazione attiva all'elaborazione di strategie per il lancio di nuovi prodotti.

### **Marzo 1991 – novembre 1991**

Posizione: **Promoter di Corsi di Formazione**

Società di Formazione ITA (Gruppo SOI INFORMATICA) – Torino. Società attiva nel settore della consulenza ed organizzazione della Formazione

**ESPERIENZE CONSEGUITE:** Approfondimento sulle tematiche inerenti la formazione, ideazione dei contenuti dei corsi in funzione dell'esigenze del cliente; analisi dei segmenti di mercato, rapporti con la docenza, gestione ed organizzazione mirata dei corsi, coordinamento del personale di vendita dei corsi, promozione e vendita dei corsi di formazione, gestione rapporti con i media per il lancio promo/pubblicitario dei corsi, responsabilità sul raggiungimento degli obiettivi.

### **Novembre 1991 – novembre 1993**

A.P.I. (Associazione Piccole e Medie Industrie) – Torino. Associazione attiva a livello nazionale nel settore della consulenza ed assistenza amministrativa, fiscale e sindacale alle piccole e medie imprese con 50 dipendenti.

Posizione: **Responsabile Relazioni Esterne e Ufficio Stampa**

**ESPERIENZE CONSEGUITE:** Organizzazione di conferenze stampa, stesura di comunicati, gestione di frequenti contatti con le testate giornalistiche e con i vari media locali. Coordinamento e gestione delle sponsorizzazioni, dei rapporti istituzionali, delle mostre e delle fiere. Coordinamento e gestione delle relazioni pubbliche e delle attività di marketing dell'azienda di riferimento. Ideazione, sviluppo e realizzazione di nuove iniziative di comunicazione. Progettazione e realizzazione di un sistema di adesione intorno alle diverse iniziative aziendali intraprese. Gestione del sistema di comunicazione, nell'ambito del budget assegnato, coordinando collaboratori e fornitori. Ideazione, redazione e realizzazione di comunicati stampa. Promozione e sviluppo di idee creative nel settore pubblicitario per la cura dell'immagine e della comunicazione dell'Azienda e dei relativi servizi.

**novembre1993 – agosto2000**

**TELECOM ITALIA S.p.a.- Torino – Società attiva a livello nazionale ed internazionale nel settore telecomunicazioni con un fatturato medio annuo di 10.000 miliardi e con 100.000 dipendenti.**

**Posizioni: Responsabile Promozione e pubblicità del Piemonte e Valle d'Aosta nell'area Pubbliche Relazioni (93/95)**

**Key Account nella Divisione Clienti Privati (95/98)**

**Area Manager nella Divisione Clienti Business (98/00)**

**PRINCIPALI ATTIVITÀ ED OBIETTIVI RAGGIUNTI:**

Approfondimento tecnico sui prodotti ed assistenza tecnica alla vendita.

Partecipazione attiva all'elaborazione ed alla gestione del budget e al conseguimento degli obiettivi prefissati per l'area territoriale di competenza.

Collaborazione diretta alla gestione dei contatti con la clientela per l'analisi tecnica ed economica delle proposte e conseguente formulazione delle offerte.

Partecipazione alla conduzione delle trattative fino all'avvenuta conclusione del contratto.

Partecipazione allo studio ed all'esecuzione di progetti di sviluppo commerciale. Supporto diretto all'organizzazione delle attività commerciali, con conseguente attivazione delle ricerche di mercato per ottimizzare l'immagine e i prodotti aziendali. Gestione dell'assistenza tecnica pre e post vendita, svolgendo una funzione di "cerniera" tra l'area commerciale e quella tecnica e le varie unità organizzative interne. Mantenimento di un livello di servizi in linea con la clientela e con gli standard di mercato. Partecipazione attiva al miglioramento della qualità del prodotto e dei servizi alla clientela. Posizionamento e lancio dei prodotti sul mercato territoriale di riferimento e definizione delle azioni necessarie. Gestione delle relazioni esterne con la clientela allo scopo di migliorare i rapporti con la suddetta. Analisi e selezione dei potenziali clienti e della loro affidabilità. Partecipazione attiva alla stesura del piano di vendita annuale sia in termini di volume che di ricavi. Analisi dei profitti da vendita. Sviluppo di nuovi mercati, incremento di fatturato, e miglioramento dei ricavi. Partecipazione attiva all'analisi delle opportunità strategiche di marketing con conseguente gestione ed elaborazione dei relativi piani nella zona territoriale di riferimento. Partecipazione attiva alla pianificazione, elaborazione e gestione delle politiche commerciali, con costante verifica dei risultati e conseguente apporto di eventuali correttivi alle strategie prestabilite. Elaborazione delle offerte tecniche e valutazione budgetaria delle condizioni di vendita, del prezzo e dell'eventuale possibilità di concedere sconti.

Gestione reporting scostamenti. Ricerca di nuove opportunità commerciali. Coordinamento e gestione della promozione e della pubblicità nell'area territoriale di competenza. Ideazione e realizzazione di campagne pubblicitarie, con conseguente pianificazione sui

media, in stretta collaborazione con agenzie di pubblicità; realizzazione di stands in occasione di mostre e fiere nazionali ed internazionali; coordinamento e gestione delle politiche di sponsorizzazione, culturali, sportive etc.

#### **Settembre 2000 - gennaio 2001**

##### **Randstad**

Società attiva a livello nazionale ed internazionale nel settore della fornitura del lavoro temporaneo con fatturato annuo di 50 milioni/Euro - 200 dipendenti- sede Milano.

Posizione: **Area Manager Piemonte** :

Il mio ruolo era quello di coordinare e gestire il gruppo dei responsabili delle filiali e di garantire il raggiungimento dei budgets e degli obiettivi aziendali stabiliti. Avevo inoltre il triplice compito nei confronti della rete di affiancare gli accounts manager nelle trattative commerciali con le aziende clienti, di coordinare la selezione e ricerca del personale e di supervisionare la parte amministrativa legata alla fornitura dei lavoratori temporanei.

Inquadramento Quadro nel CCNL del Commercio

#### **Da febbraio 2001 a tutt'oggi**

##### **ISSIM -**

Associazione nata nel 1945 in Assolombarda operante nel settore dei servizi sociali destinati all'impresa privata.

Posizione: Direttore

Inquadramento: Dirigente CCNL Industria

20 dipendenti con fatturato annuo di 2 milioni/ Euro-Sede Milano

40 Aziende clienti operanti nel settore industriale:

chimico/farmaceutico, telecomunicazioni, alimentare, servizi bancari, aziende ex municipalizzate.

#### **SCOPO DELLA MANSIONE**

Dirigere l' "Istituto per il Servizio Sociale nell'Impresa" ISSIM in accordo con gli obiettivi strategici e tattici definiti dal Consiglio Direttivo e dalla Presidenza.

#### **PRINCIPALI ATTIVITÀ E OBIETTIVI RAGGIUNTI:**

- Dirigere le attività delle Assistenti Sociali e della struttura organizzativa ed amministrativa per raggiungere gli obiettivi dei diversi contratti.
- Garantire i Servizi alle Aziende Clienti assumendo le risorse umane necessarie e pianificando le job rotations più adatte.
- Gestire direttamente i rapporti con le Aziende con lo scopo di acquisire nuovi Contratti/Clienti e garantire la verifica della Customer Satisfaction per il servizio, delle attuali Aziende Clienti.
- Monitorare e controllare la gestione dei costi e del budget.
- Coordinare e sviluppare le risorse umane di ISSIM definendo le azioni più appropriate.
- Mantenere relazioni costanti con il Consiglio Direttivo, la Presidenza, il Team Coordinator e le Assistenti Sociali.
- Monitorare le attività di comunicazione interna e di informazioni verso le Assistenti Sociali.