

Andrea M.

CAGLIARI 26.05.1991 – residente a SESTU

Specialista in Marketing Omnicanale | Italia



Riepilogo professionale

Strategist di Marketing e Specialista in Digital Advertising con esperienza internazionale nello sviluppo di strategie basate sui dati, volte a migliorare le performance commerciali, rafforzare il posizionamento competitivo e ottimizzare l'intero funnel di conversione. Ho guidato strategie media e di go-to-market negli ecosistemi Google Ads e Meta Ads, contribuendo a:

- Incremento del ROAS fino a **+35%**
- Riduzione del CPA fino a **-28%**
- Crescita delle conversioni fino a **+30%**
- Miglioramento del tasso di conversione fino a **+22%**

Integro l'analisi dei KPI, i modelli di attribuzione e i dati di mercato per identificare opportunità di scalabilità e progettare proposte di valore in linea con il pubblico target e le dinamiche della domanda, operando in ambienti omnicanale, contesti retail premium e progetti internazionali di trasformazione digitale. Sono specializzato nella digitalizzazione dei modelli di business e nell'implementazione di soluzioni innovative basate su Big Data, tecnologie Cloud, Intelligenza Artificiale e IoT, supportato da certificazioni nelle tecnologie AI e in framework avanzati di strategia digitale. Con un approccio costantemente aggiornato verso le tecnologie emergenti e le architetture guidate dai dati di prossima generazione, facilito processi decisionali più efficienti, scalabili e orientati alla crescita. Ambizioso, proattivo e fortemente orientato ai dettagli, traduco dati e insight in strategie misurabili e sostenibili nel tempo.

Esperienza professionale

Rocca La Bottarga

Trade Marketing Specialist | Settembre 2025 - Presente (9 mesi) Cagliari, Sardegna, Italia

Responsabile dello sviluppo e dell'implementazione di strategie di marketing basate sui dati per rafforzare il posizionamento competitivo, ottimizzare la proposta di valore e guidare la crescita delle performance commerciali.

- Condotta analisi di mercato (trend, concorrenti, pubblico target e opportunità di crescita) per identificare nuovi segmenti ad alto potenziale.
- Definito il posizionamento strategico di prodotti/servizi all'interno dei segmenti identificati per aumentarne il valore percepito e incrementare i tassi di conversione.
- Monitorato e valutato le performance di mercato di prodotti/servizi attraverso il tracciamento dei KPI e il benchmarking competitivo a supporto delle strategie commerciali.
- Strutturato e sviluppato offerte di prodotti/servizi in linea con i bisogni del target e le dinamiche della domanda.

- Coordinato le attività di lancio e di vendita (strategia di go-to-market, pianificazione della comunicazione, attivazione dei canali e supporto commerciale).

Webranking

Digital Advertising Specialist | Luglio 2024 - Giugno 2025 (1 anno) *Cagliari, Sardegna, Italia*

Responsabile della definizione ed esecuzione di strategie media guidate dai dati negli ecosistemi Google Ads e Meta Ads, con un focus sull'ottimizzazione dei ricavi, sulla crescita incrementale delle performance e sull'esecuzione di campagne full-funnel scalabili.

- Sviluppato strategie media multicanale e framework di allocazione del budget, ottenendo un aumento medio del ROAS fino a +35% grazie a una distribuzione ottimizzata degli investimenti nelle varie fasi del funnel.
- Implementato e gestito campagne avanzate Search, Display, Performance Max e Meta Ads, riducendo il CPA fino a -28% attraverso l'ottimizzazione strutturale degli account e la segmentazione del pubblico.
- Attivato strategie di Smart Bidding e soluzioni basate sul machine learning, incrementando le conversioni fino a +30% e mantenendo stabili i costi di acquisizione.
- Monitorato costantemente le performance ed eseguito ottimizzazioni giornaliere delle campagne, migliorando i tassi di conversione fino a +22% tramite A/B testing su creatività, testi (copy) e allineamento delle landing page.
- Analizzato KPI, modelli di attribuzione e performance del funnel tramite GA4, identificando nuove opportunità di scalabilità e aumentando il valore medio per utente fino a +18%.
- Prodotto reportistica strategica e presentato insight operativi per supportare decisioni basate sui dati, consentendo aumenti progressivi del budget e mantenendo un'efficienza costante.

Gioielleria Marco Danese

Responsabile marketing | Novembre 2023 - Giugno 2024 (8 mesi) *Cagliari*

Responsabile della strategia di marketing integrata per un marchio di alta gioielleria, coordinando le attività di consumer e trade marketing sia sui canali online che offline, con l'obiettivo di rafforzare il posizionamento premium del brand e incrementare le performance commerciali nei canali retail e digitali.

- Ideato e gestito campagne di pubblicità digitale su Meta e LinkedIn, sfruttando una profilazione altamente mirata verso clienti alto-spendenti e professionisti HNWI, contribuendo a un aumento del +28% delle vendite retail e a un miglioramento del +22% del tasso di conversione e-commerce.
- Pianificato ed eseguito eventi esclusivi in boutique, generando un aumento del +35% del traffico qualificato in negozio e una crescita del +18% del valore medio delle transazioni.
- Coordinato attività di trade marketing con rivenditori autorizzati e partner, sviluppando materiali dedicati e iniziative di co-marketing che hanno aumentato le performance di sell-out della rete del +24%.
- Definito la strategia editoriale per i social media e supervisionato i contenuti visivi in linea con il posizionamento di lusso del brand, ottenendo una crescita del +42% dell'engagement organico e un aumento del +31% della copertura del pubblico qualificato.

- Guidato la direzione creativa degli shooting fotografici di prodotto e delle campagne di comunicazione integrata online/offline per il lancio di nuove collezioni, contribuendo ad aumentare la visibilità presso i target premium e registrando un incremento del +26% della domanda per le linee di prodotto principali.
- Sviluppato strumenti di visual merchandising e materiali POP per boutique monomarca e partner multimarca, aumentando le performance di vendita in negozio fino a +19%.
- Monitorato e ottimizzato costantemente i KPI di marketing e commerciali, migliorando l'efficienza degli investimenti media e incrementando il ROI complessivo delle campagne del +37%.

nitro

Digital Transformation & Digital Marketing Project Manager | Settembre 2022 - Ottobre 2023 (1 anno 2 mesi) *Londra, Regno Unito*

Responsabile della gestione e dell'implementazione di iniziative di trasformazione digitale e strategie di marketing digitale omnicanale per aziende globali nei settori delle scienze della vita (life sciences), farmaceutico e sanitario, supportando l'evoluzione della comunicazione scientifica, dei processi di marketing e del coinvolgimento degli stakeholder in ambienti regolamentati. Ho coordinato iniziative digitali cross-market in collaborazione con team internazionali (marketing, medico, regolatorio, legale, IT) e unità operative interne (ingegneria, pianificazione media, UX, sviluppo), garantendo consegne puntuali, conformità normativa e risultati di performance misurabili.

- Supportato l'implementazione e l'adozione di Veeva CRM, facilitando l'integrazione di modelli di interazione remota e contribuendo a un aumento di circa il 30% delle interazioni digitali tra la forza vendita sul campo e gli operatori sanitari (HCP).
- Pianificato e gestito campagne pubblicitarie digitali basate sui dati in collaborazione con editori medici internazionali, aumentando la copertura qualificata di circa il 25% e migliorando l'engagement di circa il 18%.
- Coordinato la localizzazione e la transcreazione di asset globali per i mercati europei, riducendo i tempi di approvazione dei contenuti medico-legali di circa il 20%.
- Gestito lo sviluppo di piattaforme web e contenuti digitali per iniziative di sensibilizzazione sulle malattie e di educazione medica, contribuendo a un aumento di circa il 35% del traffico organico qualificato.
- Ottimizzato i framework di pianificazione media e tracciamento delle performance, migliorando l'efficienza complessiva delle campagne digitali di circa il 15%.
- Supportato i clienti nella transizione verso modelli di engagement omnicanale misurabili e scalabili, rafforzando l'allineamento tra i team di marketing, medico, regolatorio e IT su progetti internazionali.

OAM Consult

Durata totale: 1 anno 7 mesi

- **Junior Business Analyst - Finanza Climatica & Sviluppo Sostenibile** | Febbraio 2021 - Aprile 2022 (1 anno 3 mesi) *Copenaghen, Regione Capitale della Danimarca, Danimarca*

Supportato attività di analisi strategica e programme intelligence su iniziative di finanza climatica, allineamento agli SDG e architetture di finanziamento misto (blended finance),

contribuendo allo sviluppo di strumenti di supporto alle decisioni per governi, agenzie delle Nazioni Unite e istituzioni finanziarie internazionali operanti in contesti emergenti (in particolare nelle regioni del Sahel e NENA).

- Supportato l'analisi di programmi multilaterali sulla resilienza climatica e lo sviluppo territoriale attraverso la mappatura di oltre 40 strumenti di finanziamento agevolato e misto, migliorando la velocità di accesso alle informazioni del +30% durante le fasi iniziali di progettazione del programma.
 - Contribuito allo sviluppo di dataset per strumenti di monitoraggio degli SDG, supportando l'allineamento delle iniziative progettuali con oltre 15 target prioritari degli SDG.
 - Prodotto una mappatura strutturata di oltre 60 stakeholder multilaterali (agenzie ONU, istituzioni finanziarie di sviluppo - DFI, organizzazioni regionali), contribuendo all'identificazione di nuove opportunità di partnership istituzionali.
 - Supportato attività di ricerca sui modelli di finanza mista per programmi allineati al clima, contribuendo all'identificazione preliminare delle opzioni di mix di finanziamento durante le fasi di sviluppo del concept di progetto.
 - Condotto ricerche documentali (desk research) sulle intersezioni tra cambiamento climatico, fragilità economica e resilienza territoriale, supportando la preparazione di briefing strategici per iniziative regionali.
 - Preparato briefing tecnici e materiali analitici utilizzati in contesti di dialogo programmatico con controparti governative, agenzie ONU e istituzioni finanziarie internazionali.
- **Stagista Marketing & Vendite** | Ottobre 2020 - Febbraio 2021 (5 mesi) *Copenaghen, Regione Capitale della Danimarca, Danimarca*

Supportato attività di intelligence di mercato, comunicazione strategica e sviluppo di contenuti su impact investing, ESG e finanza climatica, contribuendo a rafforzare il posizionamento verso stakeholder istituzionali e multilaterali.

- Analizzato le strategie di comunicazione e marketing dei concorrenti internazionali nei settori dell'impact investing, ESG e finanza climatica, identificando opportunità di differenziazione strategica.
- Revisionato le linee guida editoriali aziendali utilizzando insight basati sui dati, aumentando l'engagement medio sui contenuti istituzionali del +35%.
- Monitorato i trend globali relativi a SDG, adattamento climatico, finanza mista e investimenti sostenibili, traducendoli in contenuti ad alto valore per gli stakeholder istituzionali.
- Ottimizzato la strategia di pubblicazione digitale, aumentando la visibilità organica dei contenuti legati ai temi ESG del +40%.
- Sviluppato presentazioni strategiche per investitori, organizzazioni internazionali e partner istituzionali a supporto della diffusione della metodologia proprietaria ECOCLIPSE.
- Contribuito alla preparazione di materiali utilizzati in contesti di dialogo con agenzie ONU, istituzioni finanziarie internazionali e governi regionali.
- Supportato le attività di sviluppo delle proposte, contribuendo all'espansione della rete di clienti attraverso 10 categorie di stakeholder globali.
- Tradotto framework complessi (SDG, ESG, Finanza Climatica) in contenuti accessibili per investitori pubblici e privati.

- Strutturato materiali informativi per la misurazione del ROI sostenibile su portafogli multisettoriali.
- Sviluppato contenuti allineati alle quattro aree di risultato di OAM: sviluppo socio-economico, clima, biodiversità e degradazione del suolo.

SharingMe

Co-fondatore e Chief Marketing Officer | Agosto 2018 - Aprile 2021 (2 anni 9 months) *Cagliari, Sardegna, Italia*

- Responsabile della strategia marketing in ambito sharing mobility peer-to-peer, con focus su crescita della base utenti, sviluppo della supply (veicoli disponibili sulla piattaforma) e posizionamento del brand in mercati altamente competitivi.
- Ho definito e implementato il piano marketing pluriennale orientato alla scalabilità della piattaforma, contribuendo a un aumento del fatturato del +38% in due anni, alla crescita della base utenti attivi del +52% e all'incremento del numero di veicoli condivisi registrati sulla piattaforma del +41%.
- Gestione integrata del brand e della comunicazione corporate e di prodotto, supervisionando campagne multicanale (digital advertising, performance marketing, PR e partnership territoriali) con conseguente aumento della brand awareness del +47% nei principali mercati di riferimento.
- Analisi strutturata di mercato, benchmark competitivo e studio dei comportamenti degli utenti marketplace (owner e driver), contribuendo all'ottimizzazione delle strategie di acquisizione e retention e all'introduzione di nuove iniziative commerciali che hanno generato circa il 22% delle nuove registrazioni annuali.
- Monitoraggio e ottimizzazione delle performance attraverso KPI avanzati (CAC, LTV, conversion rate, utilization rate della flotta), migliorando il ROI delle campagne digital del +31% e riducendo il costo di acquisizione utenti del 26%.
- Guida della trasformazione digitale dei processi marketing e sviluppo di strategie data-driven e marketing automation su CRM e canali social, con crescita della community del +65%, incremento dell'engagement del +37% e miglioramento del tasso di conversione onboarding utenti del +18%.

Formazione

Syddansk Universitet - University of Southern Denmark

MSc in Economics and Business Administration, Marketing Social Media and Digitalization (Gennaio 2023)

Università degli Studi di Cagliari

Laurea Triennale in Economia e Gestione Aziendale, Marketing e Finanza (2018)