Davide Giuliano Conte

Professionista con oltre dieci anni di esperienza nei settori della vendita, della formazione, del marketing e dello sviluppo commerciale, ha costruito il proprio percorso lavorativo ricoprendo ruoli di crescente responsabilità nella gestione di reti commerciali, nel coordinamento delle persone e nel posizionamento di aziende e marchi.

Ha iniziato giovanissimo come venditore per un'azienda internazionale operante nei settori della profumeria, della nutraceutica e dell'integrazione alimentare. In seguito è stato promosso alla creazione e gestione della rete commerciale italiana, occupandosi della selezione, della formazione e del coordinamento dei collaboratori. In questo ruolo ha gestito una rete composta da oltre 4.000 persone, monitorandone le attività attraverso KPI, dati di vendita e indicatori di performance. Ha inoltre progettato e realizzato percorsi formativi, riunioni ed eventi rivolti alla forza vendita, sviluppando solide competenze nella comunicazione, nella motivazione dei gruppi e nella trasmissione di metodi operativi.

Successivamente ha maturato esperienza come responsabile commerciale nel settore delle spedizioni, della logistica e dell'e-commerce, seguendo gli aspetti commerciali e contrattuali e collaborando alla gestione logistica di importanti attività di vendita online. Questo incarico gli ha consentito di approfondire i processi organizzativi e le dinamiche che collegano strategia commerciale, customer experience e gestione operativa.

Si è formato sul campo e frequentato tanti corsi con esperti del settore come Anthony Robbins, Frank Merenda, Gianluca Spadoni.

Nel corso della propria carriera ha inoltre partecipato alla creazione di diverse start-up, alla realizzazione di un marchio di abbigliamento e allo sviluppo di progetti imprenditoriali innovativi, ottenendo anche il finanziamento di un bando europeo. Ha maturato ulteriori esperienze nell'import-export, nel fundraising e nella gestione di reti commerciali per il settore finanziario.

Una parte particolarmente significativa del suo percorso si è svolta all'interno di una grande realtà multinazionale, per la quale ha seguito progetti di espansione, sviluppo in franchising, lancio di nuovi marchi, branding e posizionamento. In questo contesto ha acquisito competenze avanzate nella definizione dell'identità di marca, nell'analisi del mercato, nella differenziazione competitiva e nella costruzione di strategie di comunicazione coerenti con i valori e gli obiettivi aziendali.

Da quattro anni è titolare di un'agenzia di marketing. Dopo una prima fase dedicata a clienti appartenenti a differenti settori, ha progressivamente orientato e specializzato la propria attività nel mondo sanitario, con particolare attenzione alla medicina estetica, all'odontoiatria, ai poliambulatori e ai centri medici.

Nell'ambito sanitario si occupa di strategia di marketing, identità e posizionamento del brand, comunicazione digitale e sviluppo di contenuti finalizzati a rendere riconoscibile e differenziante la proposta professionale delle strutture. La conoscenza diretta delle dinamiche commerciali, organizzative e comunicative degli studi sanitari gli permette di affrontare il social media marketing non soltanto dal punto di vista tecnico, ma come parte di una più ampia strategia di sviluppo, reputazione e relazione con il paziente.

L'esperienza maturata nella formazione di reti numerose, nella lettura dei KPI, nella gestione dei processi commerciali e nella costruzione di marchi rappresenta il fondamento della sua attività didattica. Nel corso per Social Media Manager delle professioni sanitarie può pertanto trasferire un metodo concreto e applicabile, orientato alla definizione della brand identity dello studio, al suo corretto posizionamento, alla pianificazione dei contenuti e alla misurazione dei risultati della comunicazione digitale.