

Per i futuri gestori dei punti vendita un percorso formativo di 35 giorni

Store manager per Teddy

Nei negozi del gruppo c'è posto per 200 figure

Pagina a cura
DI LAURA ROTA

Il gruppo Teddy, tra i protagonisti dell'abbigliamento fast fashion, ha posto la valorizzazione delle risorse umane al centro del proprio piano di sviluppo. La creazione di opportunità di occupazione è tra le componenti del sogno dell'azienda, combinando dimensione valoriale e perseguimento degli obiettivi aziendali. Proprio in quest'ambito, il gruppo ha varato un nuovo progetto di reclutamento per allievi store manager e ha annunciato l'assunzione di circa 200 persone in Italia entro la fine del 2017. Il piano di assunzioni riguarda figure per i negozi dei brand: addetti alla vendita, responsabili visual e store manager. «Astenersi dipendenti, noi cerchiamo imprenditori di se stessi» è il claim con

cui Teddy sintetizza il tipo di persone che cerca: talenti con il desiderio di costruire qualcosa di grande, creatività ed efficienza, pronti a crescere e imparare continuamente.

Il percorso per allievi store manager ha l'obiettivo di incontrare profili interessanti per sostenere lo sviluppo



dell'azienda e formare gli store manager del futuro. Prevede 35 giorni di training, durante i quali si affronteranno gli aspetti della gestione del punto vendita, dal visual merchandising alla conduzione dello staff. In seguito, questi profili verranno affiancati a uno store manager col compito di valutare la risorsa e trasferirle competenze tecniche e comportamentali. In seguito a un feedback positivo, il can-

didato selezionato diventerà, nel giro di 6/12 mesi, addetto alla gestione del punto vendita. Lo store manager deve essere diplomato, con flessibilità, predisposizione al contatto con il pubblico, passione per il fashion, doti di leadership, capacità organizzativa, passione, energia e spirito imprenditoriale.

Ogni store manager deve contribuire a diffondere la cultura e i valori aziendali tra i propri collaboratori, garantire il raggiungimento degli obiettivi, l'applicazione degli standard commerciali ed espositivi e coordinare un team che, a seconda delle dimensioni del negozio, va dalle 10 alle 30 unità. L'addetto alla vendita, in possesso del diploma di maturità, con disponibilità a lavorare in modo flessibile, capacità relazionali, passione per il mondo fashion, deve avere entusiasmo, energia e voglia di investire il proprio

talento nell'azienda. Per i profili in sede, oltre ai requisiti professionali, Teddy richiede talenti dotati di desiderio di costruire qualcosa di grande, di creatività ed efficienza, pronti a crescere e imparare continuamente. In questo momento sono aperte posizioni per l'area prodotto, logistica, legale e commerciale. Nato nel 1961 a Rimini, da oltre 50 anni il gruppo, che commercializza i marchi Rinascimento, Calliope, Miss Miss e Teranova, è presente tramite le attività retail (negozi monomarca) e wholesale (ingrossi) in 48 paesi di tutto il mondo. Persegue il sogno di costruire, come afferma il fondatore Vittorio Tadei «una grande azienda che guadagni molto per creare occupazione e una parte degli utili destinarli ad opere sociali, sia in Italia che all'estero». Gli interessati possono presentare la propria candidatura collegandosi al sito www.teddy-group.com, lavora con noi.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.