Fabio Sartorelli

Brasileiro, 51 anos, divorciado, um filho.

CPF 063.213.708-86

Rua Senador Milton Campos 266 AP 11 Brooklin

04708-040 São Paulo, São Paulo - Brasil.

11 3729-3658 / 9- 9379-9150

e-mail - fsar63@hotmail.com

Objetivo

COMERCIAL VENDAS

Perfil profissional

Sólida experiência na área comercial, com conhecimentos de toda rotina,por ter sido Sócio Proprietário de pequenas empresas, comercio de peças, tanto no atacado como no varejo. Mapeamento de mercado e negócios (preços, potencial e tendências) e monitoramento e análise de concorrência.

Possuo domínio e liderança de gestão de pessoal, tendo excelente relação interpessoal, contato com fabricantes de peças ,concessionárias, frotistas, empresas de ônibus e transportadoras.

Com relação a parte administrativa, custo de compras, vendas, estratégia de vendas, planejamento estratégico , prospectar novos clientes , fornecedores e desenvolvimento de mercado para novos produtos, expertise na linha de lubrificantes e filtros.

Formação

Escolaridade

Formação superior

Curso técnico – Médio (2o grau)

*TECNICO CONTABIL*, ITALO-BRASILEIRO (dezembro/1985).

Graduação

*Gestão Empresarial, UNINOVE (andamento)*

*Comunicação Empresarial*, UNIBAN (dezembro/2007)

*ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS*, ITALO BRASILEIRA (dezembro/1988)

Idiomas

*Espanhol*: leitura básica, escrita básica, conversação intermediária.

*Português*: leitura fluente, escrita fluente, conversação fluente.

Histórico profissional

***PACAEMBU AUTOPEÇAS*** – desde dezembro de 2010

(empresa de grande porte – Distribuidora de produtos automotivos)

Comercial de Vendas

. Desenvolvimento de novos produtos, vendas de peças, assistência técnica,

Atuando junto aos clientes com novas oportunidades de negócios.

***LUFASA COMERCIO DE PEÇAS E SERVIÇOS LTDA*** - de fevereiro/1993 a novembro/2009

Sócio Proprietário

Desenvolvimento de novos produtos, vendas de peças,

Atuando junto aos clientes com novas oportunidades de negócios

Outros objetivos

Região de trabalho

Preferência pela região de São Paulo/SP/BR, ou cidades em um raio de até 150 km.

Aceita considerar propostas de outras regiões.

Aceita viajar pela empresa.

Informações complementares

Estudar a ação da concorrência;

• Pesquisar e identificar os pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidades do negócio;

• Entender a reação do consumidor diante do produto para conhecer o seu comportamento, perfil e hábitos de compra;

• Análise de desempenho de vendas;

• Avaliar possível sazonalidade do produto;

• Acompanhar a exposição do produto e zelar pela sua imagem;

• Desenvolver um plano de comunicação visual

Planejamento estratégico

Plano de negócios

Somente através de um trabalho de médio à longo prazo é que podemos identificar as melhores oportunidades, optar pela melhor estratégia e conhecer as épocas propícias para o encaixe dos produtos, e ainda, auxiliar o e quando algo tem que mudar dentro da dinâmica do mercado.