



\*\*\*\*\*

\*\* \*\*\*\*\*

Paris 17 Batignolles-Monceau (75017)

\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*@\*\*\*\*\*.\*\*\*

## DIRECTRICE, Sénior

### EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

févr. 2018 / aujourd'hui

#### DIRECTRICE MARKETING, DIGITAL ET COMMUNICATION

GreenYellow

*Objectifs : Augmenter, fidéliser et faire croître le revenu du parc de clients Particuliers et Professionnels, gérer l'image de marque*

*\* Membre du Comité de Direction.*

*\* Budget de 1M€.*

*\* Management d'1 équipe de 10 personnes.*

*\* Stratégie : analyse marché, benchmark, plan marketing annuel.*

*\* Offres et Innovation : lancement offres et options, parrainage, cross-sell, up-sell, calendrier*

*de promotions avec Cdiscount, gestion de projet et roadmap IT.*

*\* Communication 360° : plan média, display, conférence de presse.*

*\* Digital : trafic (SEA, SEO, Affiliation), développements des sites Web (tunnel de vente et Espace*

*client : UX/Transfo), expérience client, réseaux sociaux.*

*\* Commercial : ventes en multicanal (e-commerce, télévente et partenaires), scripts d'aide à la*

*vente, suivi qualité et performance.*

*\* Fidélisation / CRM : communication relationnelle, programme d'accueil, suivi facturation, briefs*

*et kpi du Service Client, Baromètre résiliations, Baromètre satisfaction, campagnes de rétention.*

*Principaux résultats : +50% de ventes web, lancement du canal comparateurs d'énergie (10% du mix*

*canal), 12k fans sur Facebook en 2 ans, +20 points de notoriété de la marque*

*Cdiscount Energie,*

*fidélisation émotionnelle (40% d'ouverture des newsletters), 89% de satisfaction clients.*

nov. 2016 / déc. 2017

#### RESPONSABLE MARKETING OFFRE

LA POSTE TELECOM

*Objectif : Assurer les ventes de toutes les offres (forfaits mobiles, box internet, cartes prépayées)*

*\* Management de 4 chefs de produit et 1 responsable marketing opérationnel.*

*\* Lancement d'offres et promotions, selon roadmap définie.*

*\* Outils d'aide à la vente, séminaires, formation pour la force de vente interne, les guichetiers*

*et les conseillers bancaires dans les 10.000 bureaux de poste.*

*\* Synergies avec les filiales de La Poste, dont La Banque Postale et l'assurance IARD.*

*Principaux résultats : Jeu-concours innovant lancé en été 2017 a permis d'augmenter les ventes de*

*30% et de remobiliser le réseau sur la filiale télécoms ; +10% de ventes de box très haut débit vs 2016.*

avr. 2016 / sept. 2016

#### RESPONSABLE MARKETING

RICOH

*Objectif : Assurer les ventes de toutes les lignes de produit (systèmes d'impression, produits de*

*communication...) pour un secteur industriel, 100% B2B*

*\* Management de 15 personnes (chefs de produit et data managers).*

*\* Stratégie tarifaire selon les canaux de vente.*

*\* Lancement de 50 nouveaux produits et des promotions trimestrielles.*

\* Outils d'aide à la vente pour la vente directe (450 commerciaux) et la vente indirecte.  
\* Projets : nouveau contrat de vente, méthode pour réponse aux appels d'offres, hausse généralisée de tous les tarifs.

Principaux résultats : 34k produits vendus en 5 mois ; +10% visites sur l'intranet « aide aux vendeurs » ; ouverture du showroom à Rungis ; 1300 visites et 200 leads générés au salon Ricoh Innovation Summit.

**sept. 2015 / févr. 2016      RESPONSABLE MARKETING**

VEEPEE

Objectifs : Développer et faire grandir l'offre sur tous ses secteurs (mode, beauté, luxe, décoration, gastronomie, vin, tourisme, billetterie) et tous ses concepts (destockage, bon d'achat, lancement de produit, géolocalisation de boutiques...)

\* Management de 2 chefs de produit et conduite du changement.

\* Création du premier plan annuel marketing.

\* Offres : moteur de billets d'avion, événements transverses, ventes thématiques, nouveau mode de paiement, évolution de l'offre Rosedéal.

Principaux résultats : 25k visites/jour et 60k€/jour sur le moteur de vols ; 5% du trafic (3 millions visites/jour) sur l'onglet Animation.

**janv. 2012 / juin 2015      RESPONSABLE STRATÉGIE MARKETING & DIGITALE**

BOUYGUES TELECOM

Objectifs : Donner des orientations marché aux équipes marketing, commercial et finance ; définir et décliner une stratégie digitale et omnicanale.

\* Création de 2 segmentations clients BtoC (marché et clients).

\* Rédaction du positionnement marketing.

\* Implémentation des stratégies de contact omnicanales selon objectifs de vente ou de fidélisation :

web (e-commerce, espace client, applis), boutiques et call center.

Principaux résultats : NPS +10 pts sur les Foyers Or ; script exécuté par 2000 conseillers pour digitaliser les actes clients ; #NosClientsDabord en Homepage du site Bouygues Telecom ; 8% des clients ont choisi la e-reservation.

**janv. 2007 / déc. 2011      RESPONSABLE MARKETING**

BOUYGUES TELECOM

Objectifs : Réaliser les objectifs d'acquisition et maintenir la rentabilité des 2 BU : Carte

prépayée et Gammes de Forfaits.

\* Management de 3 chefs de produit.

\* Responsabilité du P&L (objectifs de vente, budget, marketing-mix, business plan).

\* Réalisation de benchmarks et d'études de marché qualitatives et quantitatives.

\* Lancements de nouvelles offres, dont une innovation avec le premier forfait foyer.

\* Lancement d'un nouveau mode de commercialisation (kit libre-service).

\* Communication : plan média 360°, Salons, Associations de consommateurs.

\* Formation : Grande Distribution, distribution spécialisée et commerces de proximité.

Principaux résultats : stabilisation de la part de marché de la Carte prépayée (13%) et de son revenu (19€/mois) ; maintien de la part de marché des Forfaits à 25% pendant 3 ans sur un marché en croissance de 15% ; l'offre Ideo a recruté 80% des clients box.

**janv. 1999 / déc. 2006      CHEF DE PRODUIT & RESPONSABLE FIDELISATION**

BOUYGUES TELECOM

Objectifs : Développer le revenu des services additionnels, attirer des clients Forfaits à valeur, assurer le lancement d'un programme national et fidéliser 1 million de clients.

\* Animation au COMEX du projet "Portabilité du Numéro Mobile"

\* Réalisation de campagnes marketing de rétention, de satisfaction et de développement de revenu.

*Principaux résultats : 1 M€ de CA sur les services ; doublement du choix de la portabilité du numéro mobile ; 1000 clients mini-forfaits retenus par mois.*

## DIPLOMES ET FORMATIONS

---

|                        |                                                                                                   |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| / juin 2015            | <b>Anglais courant : 900 au TOEIC (sur 990)</b>                                                   |
| sept. 1998 / juin 1999 | <b>Mastère Spécialisé Marketing et Communication</b> - BAC+4<br>ESCP Business School              |
| sept. 1992 / juin 1997 | <b>Ingénieur ESIEA (Ecole Supérieure d'informatique-Electronique-Automatique)</b> - BAC+6 et plus |

## COMPETENCES

---

Management, Acquisition, UX/Transfo, CRM

## COMPETENCES LINGUISTIQUES

---

|                 |         |
|-----------------|---------|
| <b>Anglais</b>  | Courant |
| <b>Français</b> |         |

## CENTRES D'INTERETS

---

Sorties culturelles, gastronomie, mode, décoration, transition écologique, voyages