



** *****

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

COMPETENCES

Management, Acquisition, UX/Transfo, CRM

COMPETENCES LINGUISTIQUES

Anglais Courant
Français

CENTRES D'INTERETS

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