



***** *****

* ***** ** ***** *****

Paris 15 Vaugirard (75015)

*****@*****.***

Consultante CMO, Sénior

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

mars 2022 / aujourd'hui Responsable Opérations Marketing

Groupe Partouche

Périmètre : marketing, commercial : Jeu, Restauration, Hébergement & Events

Management : 2 personnes

* Conception de la politique marketing opérationnelle et commerciale et mise en œuvre dans l'ensemble du réseau d'établissements en cohérence avec la stratégie Groupe.

* Conception du plan d'animations multi-local en collaboration avec les experts métier : environnement, optimisation des plans d'animation pour enrichir l'offre jeu et restauration, refonte des process, optimisation des actions marketing

* Développement et animation des produits et services Partouche et partenaires : actions de promotion, développement de nouveaux produits (ex : coffrets cadeaux), promotion produits

* Construction et mise en œuvre des opérations et événements multi-locaux : pilotage des projets, conception des dispositifs marketing, supports de communication, suivi de la mise en place et accompagnement du déploiement auprès du local

* Analyse des performances au regard des objectifs identifiés en amont : objectifs et KPI's marketing

* Respect des engagements budgétaires : suivi budgétaire, optimisation des moyens mis en œuvre en fonction des résultats et mise en place des mesures correctives

* Planification et organisation de l'activité générale du service

janv. 2021 / sept. 2022 Consultante CMO

Stig.Pro - Paris

Périmètre : marketing, digital, développement commercial

Accompagner et développer la visibilité de Stig.Pro ainsi que ses ventes.

* Construction et mise en œuvre de la stratégie marketing et du plan marketing sur l'ensemble des canaux online et offline

* Elaboration et lancement des offres BtoB, ciblage précis des futurs leads et construction de partenariats générateurs de revenus, élaboration de la stratégie tarifaire.

* Proposition d'actions marketing et communication innovantes online et offline (test and learn) * mise

en place de campagne SEO, SEA, emailing, salons professionnels.

* Identification des attentes du marché et définition des cibles.

* Pilotage de la performance des campagnes, gestion du budget marketing * augmentation du nombre

d'abonnés à la newsletter, du taux de clics et taux d'ouverture des emailings.

* Mise en place de KPI's, mesure des résultats.

janv. 2014 / déc. 2020 Directrice marketing et commercial

Open Tour (Groupe RATP) - Paris

Management : 6 personnes en direct et entre 20 et 40 personnes selon la saison touristique

CA : 20M€ - Budget de fonctionnement : 1,7M€

Périmètre : marketing, commercial, partenariats, digital, stratégie, business développement et

synergie projets groupe

Redynamiser le marché du Sightseeing suite aux événements sociaux et économiques par la création de

nouvelles offres et le déploiement de partenariats commerciaux.
Reprendre la place de n°1 des opérateurs Sightseeing à Paris et délivrer la valeur attendue par le groupe RATP.

Marketing

* Mise en œuvre de la stratégie et du plan marketing : renforcer la visibilité de la marque ainsi que l'attractivité et la qualité de l'offre de service * retours positifs des clients de + 50%, certificat d'excellence TripAdvisor (note 4/5), augmentation du NetPromoterScore (30 en 2019).
* Réajustement de la politique tarifaire et évolution des produits pour en augmenter la valeur : ajustement des tarifs tout en maintenant la compétitivité, évaluation des scénarii complémentaires en termes de pricing en vue de booster le CA * amélioration des marges et optimisation de la rentabilité (+500K€).
* Enrichissement de la gamme de produits : création de nouvelles offres dont combiné bus + musée, bus + croisière, création d'une offre Low Cost et accélération du développement de l'offre etc... * augmentation du trafic de 20% et des revenus de 900 K€.
* Déploiement d'une stratégie corporate (groupes, privatisations) * 400 K€ en deux ans.
* Conception et déploiement d'une stratégie produits par canal (mix produit) : étude profonde de la gamme pour comprendre la performance et la rentabilité de chaque produit * marge additionnelle.

Digital

* Encadrement et structuration du volet digital.
* Création du site web : conception du nouveau site au service du business et de la satisfaction client * CA = 1,9M€ (+33% vs 2019) - poids du canal 20%, augmentation de la valeur moyenne / panier = 103€ (+3%).
* Mise en place de campagnes digitales : maximisation de l'efficacité du dispositif digital pour augmenter les conversions online, optimisation de la stratégie de référencement naturel (SEO), vitale pour émerger online, activation d'une stratégie de référencement payant (SEA) et du marketing digital « best in class »
* Maximisation du trafic grâce aux plans d'actions SEO et SEA de +10%.
* Amélioration de l'expérience client pour fluidifier le parcours clients et maximiser la transformation : accompagnement du client avant, pendant et après * satisfaction client accrue.

Commercial

* Relations avec les sociétés ou institutions du marché parisien du tourisme, négociation de partenariats, pilotage de l'activité commerciale * multiplication des comptes de 30% en 3 ans, mise en place de 4 nouveaux partenariats à forte valeur ajoutée (CA = 2M€).
* Amélioration et pilotage de la performance des ventes directes B2C : planification de la stratégie d'animation des forces de ventes directes pour créer du rythme et soutenir les ventes tout au long de l'année, mise en place du management commercial de proximité pour améliorer et piloter la performance des ventes (bus, vendeurs terrain, bus shop, agence, kiosque Champs-Élysées) * CA = 12,5M€ (+44% vs 2019) - poids 59% (+5 points vs 2019).
* Sécurisation et animation des comptes BtoB : synergie avec les institutionnels, plan d'animation annuel, présence accrue * mise en avant des offres, CA = 5,4M€ (+21% VS 2019).

Innovation

* Remaniement du service clients * centralisation du service client pour une approche omni-canal, amélioration du Net Promoter Score.
* Travail en « mode projet » sur les différentes stratégies commerciales et marketing * réponse à des

janv. 2012 / déc. 2013

Responsable commerciale et partenariats

Adveris - OuBruncher.com, OuSeRelaxer.com, GuideParisMode.fr - Paris

Périmètre : marketing digital, commercial

Développer et optimiser les différents sites publishing.

* Construction du business plan et mise en œuvre de la stratégie * plan moyen terme à 3 ans.

* Développement de partenariats et pilotage de l'activité commerciale des différents sites Internet *

augmentation du nombre de visiteurs uniques, visibilité accrue, échange de liens pour gagner en visibilité.

* Développement et optimisation des newsletters, de l'emailing et des publicités des sites * analyse de la monétisation, augmentation du nombre d'abonnés et du taux de clics, CA doublé en 6 mois (20K€).

* Animation des réseaux sociaux des différents sites * e-réputation, meilleure notoriété, optimisation du contenu, augmentation du taux d'engagement.

janv. 2008 / janv. 2012 **Responsable partenariats média et Relations presse**

Paris

CA : 2,5 M€, multipliés par 6 en 2 ans

Périmètre : marketing, partenariats, digital, relations presse

Développer le business et la notoriété de cette nouvelle activité du groupe SMARTBOX.

* Mise en œuvre d'un plan d'action * objectifs, stratégie de communication, positionnement des offres.

* Rencontre des groupes de presse et des différentes marques, négociation d'insertions d'offres

promotionnelles et développement de la stratégie de fidélisation * opérations sur-mesure offline et

online, prospection et développement business.

* Pilotage des partenariats * optimisation continue de la relation clients, coordination des campagnes, analyse des KPI'S.

* Mise en place d'opérations de barter * jeux concours avec les médias (TV, radio, presse) et les marques, procédure d'échange de marchandises contre de la visibilité.

* Pilotage des RP avec l'agence, mise en place des différents communiqués en fonction du plan marketing

* notoriété accrue grâce à la visibilité sur les médias digitaux et presse écrite.

* Réalisation des argumentaires de vente, élaboration d'enquêtes de satisfaction, créations print (pages, bandeaux, rédaction d'articles) et web (sites internet, bannières, newsletters).

DIPLOMES ET FORMATIONS

/

ECOLE DE COMMERCE - MARKETING STRATEGIQUE - BAC+5
INSEEC BORDEAUX

COMPETENCES

Stratégie marketing, développement commercial, management, gestion de projet, Expérience client,

Stratégie de tarification

Revenue management

Gestion de la performance

Communication marketing

Tourisme

Analyse de données

Développement de produits

Indicateurs de performance clés

Veille concurrentielle

Branding

Marketing digital

Stratégie d'entreprise

Gestion des ventes

E-commerce

Stratégie marketing multi-canal
Transformation digitale
Élaboration de budgets et prévisions
Innovation axée sur le client
Développement des canaux de vente
Mise en place de partenariats commerciaux
Loisirs
Reporting
Modélisation du marketing mix
Outils d'aide à la vente
Marketing BtoC
BtoBtoC

COMPETENCES LINGUISTIQUES

Anglais	Professionnel
Espagnol	Académique
Français	