

DIRECTRICE MARKETING ET COMMUNICATION DIGITALE

EXPERTE DE LA MARQUE A L'ERA DIGITALE TRANSFORMATION RSE

MARKETING DIGITAL ET COMMUNICATION

- Conception des stratégies de marketing et communication digitale dans des environnements concurrentiels qui changent et évoluent.
- Création des contenus de marque on line/off line, site internet, réseaux sociaux, animation digitale, éditoriale
- Lancement et optimisations des sites e-commerce, management de spécialistes UX, SEO, SEA, Marketing automation.
- Définition des plans d'acquisition client grâce à l'utilisation de « data insights »
- Gestion de programmes de fidélisation CRM
- Participation au projet Phygital dans une logique d'omnicanalité.

STRATEGIE, BRANDING ET IMAGE GLOBALE

- Repositionnement stratégique d'une marque
- Création des plateformes de marque et alignement de tous les « touch points » avec les clients.

DEVELOPPEMENT DE PRODUIT

- Création du concept (tendances, études de marché, positionnement) et validation finale
- Définition d'assortiments et pilotage de performances

MARKETING OPERATIONNEL RETAIL :

- Construction d'un plan marketing 360°

RESPONSABLE RSE DE GUERIN



EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

2013- 2019 GUERIN JOAILLERIE MARQUE DU GROUPE GALERIES LAFAYETTE

PARIS

DIRECTRICE MARKETING, COMMUNICATION ET DIGITAL- MEMBRE DU CODIR (Equipe de 20 personnes, dont 4 en directe, rattachée à la Directrice Générale). 40 boutiques en propre, 17 corners aux Galeries Lafayette

Mission : Repositionnement et modernisation de la marque créatrice de bijoux Didier Guérin après son rachat par le groupe Galeries Lafayette. Création globale de la nouvelle marque Guérin Joaillerie.

Quatre axes de responsabilités :

- **Marketing et Communication Digital:** Impulsion de la stratégie digitale de la marque. Création de contenus de marque pour le site internet et pour tous les supports digitaux dont les réseaux sociaux. Création et mise en place des actions et campagnes publicitaires digitales sur les réseaux sociaux. Gestion Facebook et Instagram. Participation au lancement, mise en place du programme CRM et suivi.
 - Lancement du nouveau site internet et des plateformes des réseaux sociaux
 - Implantation des projets dans une logique d'omnicanalité
- **Responsable RSE de la marque :** relais RSE avec le groupe Galeries Lafayette.
- **Branding, Marketing Opérationnel Retail:** Refonte du positionnement de la marque, création de la nouvelle plateforme de marque, création des contenus pour tous les points de contacts clients, élaboration du plan marketing et commercial retail on line et off line, définition de la stratégie de communication, plan media, et RP. Création de campagnes.
- **Les Collections :** Structuration et définition des assortiments, développement des collections, brief et management des designers de bijoux, coordination des lancements, optimisation de ratios de gestion, pilotage de la performance des collections, encadrement et animation des équipes, contrôle du budget.
 - Renouvellement, rationalisation et modernisation de 80% de l'offre (de 6 000 u/ nous avons réduit à 1 800 u/), création et lancement de 15 collections par an
 - Augmentation du PVM de 22%
- **Identité Visuelle et Visuel Merchandising :** redéfinition globale de la nouvelle identité visuelle, du merchandising et de l'architecture des boutiques. Restructuration du département, création d'un book merchandising et implantation des nouveaux supports merchandising dans 25 boutiques.

2008-2012 **CODES DE LUXE CONSULTING** (2 Associés et 2 collaborateurs)
CO-FONDATEUR ASSOCIE

PARIS

Société de conseil stratégique et opérationnel, spécialisée dans le marketing et le développement commercial de marques de luxe dans les secteurs du parfum, de la cosmétique, de la mode et d'accessoires.

Expertise : Stratégie de marque, branding, développement produits, marketing opérationnel, développement business

- **Marketing Développement, & Branding :** Perles Majorica, Mia Zia accessoires, Boucheron,
- **Marketing Opérationnel Retail:** Majorica, Paco Rabanne Parfums, Darphin
- **Développement Business International :** Visoanska, Paco Rabanne Parfums

2002-2006 **L'OREAL PARIS**

MADRID-PARIS

CHEF DE GROUPE (Equipe de 4 p – 3 catégories des produits)- catégorie capillaire (Elsève, Studio Line, Elnett), rattachée au Directeur Marketing.

Mission : Redressement de la marque Elsève comprenant la structuration de la gamme, la distribution, le merchandising et la communication pour gagner des parts de marché sur le leader Pantene. Concevoir et mettre en œuvre une stratégie visant un retour à la rentabilité de la marque Studio Line et à une croissance positive. Lancement de la gamme Elsève Styliste.

- Augmentation de 10% des linéaires dans la grande distribution (Carrefour, Auchan, etc...)
- Augmentation du budget media et promotions de 8% soit 11M€.
- Relancement de Elsève Antipelliculaire avec une augmentation de 12% de DV, et un plan d'échantillonnage massif.

2000- 2002 **LA FABRICA GESTION + CULTURA**

MADRID

RESPONSABLE SPONSORING ET RELATIONS INSTITUTIONNELLES (Equipe de 3 p.) rattachée au Directeur Général

Mission : Dans un moment de crise sur l'avenir du festival PhotoEspaña, (66 expositions de photographie réparties dans les principaux centres culturels de Madrid, 500.000 visiteurs), obtenir le financement pour garantir la continuité du festival.

- Obtention de sponsors par la mise en place d'actions marketing créatives personnalisées pour les clients du luxe.
- Sponsors obtenus : Louis Vuitton, L'Oréal, Hugo Boss, Loewe, Ritz Hôtel, BMW, Nokia, Heineken, J&B, etc.

1998-1999 **MUSEE DES BEAUX ARTS DE BILBAO**

BILBAO

RESPONSABLE DU DEPARTMENT DE DEVELOPPEMENT (Equipe de 6 personnes)

Mission : Création du département pour développer des nouvelles sources de financement pour le musée

- Gestion du lancement de la boutique, concession de l'exploitation du restaurant et bar du musée
- Conception des nouveaux programmes pour les Amis du Musée et pour les sponsors privés et institutionnels

FORMATION

- 2019 - Conférencière invitée à l'ESSEC Business School Executive et MBA EMILUXE Program
- 2017 - Cours Marketing Digital – HEC, Paris
- 2007 - MBA Luxury Brands Management, ESSEC Bussines School, Paris
- 1998 - MA Management Cultural Institutions, City University, Londres, UK
 - * Stage, Royal Academy of Arts de Londres : Department of Marketing
- 1997 – Maitrise en Droit et Gestion, Universidad de Deusto, Bilbao, Espagne

Trilingue : Espagnol - Anglais – Français

CENTRES D'INTERET

Visites à travers le monde des musées d'art, voyages autour du surf, pratique de la photographie, et du piano (8 ans conservatoire), création de sacs de luxe et de joaillerie, passionnée des tissus brodés et de objets en céramique, curieuse et innovatrice.