

CHEF DE PROJET E-COMMERCE

LES REFLEXES DU COMMERCE AU SERVICE DU DIGITAL

OBJECTIFS PROFESSIONNELS :

Définir, concevoir, mettre en œuvre de nouveaux services digitaux web afin d'améliorer votre visibilité et l'offre produit existante dans le respect de la stratégie marketing.

Contactez moi pour plus d'informations.

FORMATIONS :

Suite Adobe (Photoshop, Illustrator, Indesign) – Septembre 2019 à Novembre 2019

Antee Formation – Joué Les Tours

Chef de projet E-Commerce – 2019

CEFIM : Ecole du web et des réseaux - Tours - Niveau II (Bac +3/+4)

DEUG AES

Administration Economique et Sociale 1996
Université François Rabelais - Tours

Baccalauréat Professionnel Comptabilité & Gestion 1994

Lycée Professionnel François Clouet - Tours

COMPETENCES :

- Connaissance du process achat client pour optimiser les ventes E-Commerce
- Aisances relationnelles
- Développement des ventes et part de marché
- Benchmark, reporting
- Prise de décision
- Stratégie E-Commerce en ligne, vente au détail (retail)
- Gestion de projet
- Référencement payant (SEA) et naturel (SEO)
- Analyse des indicateurs de performance (KPI)
- Gestion relation client CRM
- Gestion de contenu E-Store
- Mise en place et paramétrage du CRM

TECHNOLOGIES :

- Pack Office (Excel, Power Point, Word)
- Google Analytics & Adwords
- CMS Prestashop, Wordpress
- Newsletter Sendiblu, Mailchimp
- Suite Adobe Photoshop, Illustrator, Indesign
- iMovie

CENTRES D'INTERETS :

- Plongée niveau 3
- Modérateur site internet musical
- Concerts
- Adhérent à la Maison des Cadres Indre & Loire

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES :

CHEF DE PROJET E-COMMERCE

Septembre à Décembre 2018 : YNOTEK Start Up, effectif (4 personnes), CA annuel moyen : 130K€ (Commerce de matériels high teck neufs & reconditionnés)

Mission : migration du site avec la gestion de contenus et mise en place de **cross merchandising** – **analyse webmarketing** en développant le ciblage clients avec les différents outils **Google (Analytics & Adwords)** - mise en place du **click and collect (retrait 1H)**, envois de **newsletters** - gestion de **réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram)** - gestion du **CRM**.

- **Analyse des KPI** : acquisition de nouveau clients + 484,92% par rapport à l'année N-1 sur le site et de +93% sur les réseaux sociaux (Facebook).
- Accroître les ventes sur le site avec une optimisation du catalogue et mis en avant de produits complémentaires (**ranking, cross seling et retail**) pour faire augmenter la moyenne panier avec une évolution du Chiffre d'affaires à +76% par rapport à l'année N-1.
- Réalisation des campagnes de marketing direct (**Newsletter, E-Mailing**) et choix des produits avec l'envoi de 3874 emailing avec un nombre d'ouverture de 662 et un taux de clics de 328 vers le site.
- Utilisation du **CMS Back Office Prestashop** avec les modules Amazon, Cdiscounts & FNAC.
- Création et suivi des **plannings stratégiques** avec les outils **Trello** et **Buffer** pour planifier les différentes missions de chaque collaborateur.
- Mise en place des modules **Smartsupp** sur **Prestashop** pour la messagerie instantanée et de **All In On Rewards** pour fidéliser les clients sous forme de bons de réductions.

CHEF DE PROJET E-COMMERCE POUR LE DÉPLOIEMENT DRIVES DIGITAL

Janvier à Septembre 2018 : Carrefour Market (région Nord Ouest)

Mission : déploiement des magasins traditionnels vers le modèle drives E-Commerce.

- Paramétrage des outils (Terminal Radio, imprimantes) et effectuer des tests sur le back office avant le lancement pour le client.
- Accompagner, former et manager les collaborateurs au process des préparations de commandes E-Commerce (statut formateur).
- Contrôle des données et reporting.
- Gestion et test du back office et mise en situation des process pour les achats E-Commerce.

MANAGER MAGASIN & MANAGER MERCHANDISING

1998-2018 : Carrefour Market

Mission : développer le CA à travers le management des collaborateurs et application de la stratégie marketing avant et après ouverture magasin (mise en rayon et contrôle des process) tout en satisfaisant les clients.

- Gestion du personnel et des différents centres de profits (chiffre d'affaires, marges, frais généraux)
- Détermination de la gamme des produits
- Développement des actions de promotion et d'animation tout en analysant les rythmes de consommation des gammes de produits.
- Rédaction des opérations commerciales en fixant les orientations quantitatives en fonction de la saisonnalité et être garant de la disponibilité des produits en tout en satisfaisant le client.
- Analyse des ventes pour optimiser les commandes.
- Historique des stocks pour les opérations commerciales.

1996 - 1997 : Service Militaire Base Aérienne 705