



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

19/11/1969 (54 ans)  
Nationalité française  
mariée  
Permis B-A

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

\*\*\*\*\*

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

## Consultante Customer & Market Insights, Analyste Retail, Sénior

### EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

#### janv. 2019 / aujourd'hui **insights CRM manager**

Frans Bonhomme Paris

*Donner une orientation business à la data en identifiant les cibles et les axes de croissance prioritaires*

*Prioriser l'allocation des ressources sur les bons projets et les bonnes cibles, permettant de capturer cette croissance*

*Activer les livrables issus des segmentations stratégiques et opérationnelles pour mettre en place des opérations marketing efficaces et dynamiques sur les media sociaux*

#### janv. 2018 /

#### **Consultante Customer & Market Insights, Analyste Retail**

Paris

*France dans la structuration des études d'expansion, le management d'études marketing, l'analyse de performance, et la conception du modèle de données*

#### déc. 2006 /

#### **Responsable Études Marketing**

Galeries Lafayette/ Le BHV Marais

*Internaliser les enquêtes en ligne afin de rendre autonomes les chefs de projet et 2013-2017*

*chargés d'étude dans l'écoute « client »*

*Implémenter un décisionnel géomarketing, gérer le projet depuis l'AO jusqu'à l'appropriation des résultats par les équipes siège & magasin, identifier les poches de développement locales (marché/ clientèle), et rationaliser le parc de magasins  
Produire des informations structurées concernant la conjoncture socio-économique, les tendances sociétales et les innovations retail*

*Concevoir, mettre en œuvre et recommander des études et analyses orientées business, tout en développant une approche « centrée clients »*

*Élargissement du périmètre aux études d'opportunité en France, en Europe & à 2008-2012*

*l'international (Dubai, Pékin, Milan, Istanbul), étude de cadrage amont des zones d'implantation géographiques*

*Développer un cabinet d'études interne afin d'alimenter les directions opérationnelles et stratégiques en insights marché et client, mettre en place et suivre les plans d'action*

*(KPI, mesure barométrique, ROI)*

*Auditer et implémenter un 1 er outil géomarketing (AO, recette, formation des équipes)2007*

*afin d'identifier les chalandises, mesurer et qualifier les potentiels*

*Mener des réflexions stratégiques sur des problématiques variées (sectorielle, produit, 2006*

*concept, marque, image...) qui font intervenir tous types d'études aussi bien quantitatives que qualitatives, qui peuvent soit être totalement mises en œuvre en interne, soit être réalisées totalement ou partiellement par des instituts d'études*

*spécialisés*

*Réaliser et opérationnaliser les segmentations client, prospect (attitudinale, lifestyle comportementale, RFM, potentiel) et offre (marché, marques, magasin)*

*Gestion d'équipe (3 à 4 collaborateurs/ free-lance) - Budget annuel: 700M à 1MM €*

juin 2003 /

**Chargée d'études datamining**

France Abonnements

*Analyser et segmenter le fichier des abonnés « Presse » et acheteurs de produits culturels +20% de CA*

janv. 2002 /

**Chargée de statistiques commerciales**

Yves Rocher

*Analyser la rentabilité des offres proposées et testées en magasin pour recommander le programme commercial N+1, et formaliser le cycle de vie des offres*

juin 2001 /

**Chargée d'études marketing**

JCA Développement

*Accompagner la stratégie des clients du cabinet (banque, assurance, producteur, TPE) jusqu'à la mise en œuvre opérationnelle*

*Piloter les études ad hoc qualitatives & quantitatives, en intégrant l'analyse des data client, depuis la prise de briefing jusqu'aux recommandations actionnables sur des problématiques diverses (client, shopper, distribution, marque, communication, ou catégorie)*

janv. 1996 /

**Chargée d'études statistiques**

IMP (groupe international d'édition)

*Analyser le comportement d'achat des clients Vépécistes, et identifier les cibles prioritaires à développer selon les axes de recrutement/ fidélité/ ROI, gérer les campagnes de MD (sélection, extraction des fichiers internes)*

*Piloter et mettre en œuvre la normalisation postale, déduplication, et gérer les fichiers*

*Concevoir et implémenter un datamart Marketing (conception modèle de données, alimentation, normalisation postale, outils et modélisation statistiques, pilotage et challenge du prestataire)*

*Gérer des projets transverses de développement du fichier client  
Manager une assistante études*

**DIPLOMES ET FORMATIONS**

---

sept. 2000 / juin 2001

**Master Marketing IGR - BAC+5**

IAE Rennes 1 - France

/ juin 1995

**Concepteur Projet Informatique**

C3E/ CNAM - Paris - France

/ juin 1994

**Master Économétrie - BAC+4**

Paris 1 - France

**COMPETENCES**

---

Analyse data, performance retail, stratégie transformationnelle, normalisation, datamart

**CENTRES D'INTERETS**

---

Plongée sous-marine