



** *****

Clamart (92140)

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

Category product manager international, Sénior

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

janv. 2012 /

Category product manager international

DELSEY France

gamme» internationales et hypers, CA 60M€ soit 30% du CA Delsey, 50 gammes. Objectif -20% sku

*Mise en place de la stratégie en category management des gammes Essentiels internationales et hypers, recentrage du CA vers les gammes blockbusters, réduction du nombre de gammes et sku , optimisation de la rentabilité, prévision des ventes et performances sell in/sell out
Conception des collections annuelles permanentes, promotionnelles (20 gammes) pour le retail, hypers, ecommerce/market place, France et monde,
Développement produits , veille concurrentielle, coordination des briefs avec les designers (10 par an), gestion du développement des prototypes avec les ingénieurs France et Chine, gestion des achats et vente, suivi de la production*

*Création de la stratégie de communication et merchandising : 1 catalogue multi-langues annuel, ILV présentoir accessoires de voyage et corners en hypers, plans merchandising hypers
Communication sur la stratégie marque auprès des équipes commerciales lors de sales meeting et auprès des diffuseurs monde lors d'un séminaire annuel. Rédaction français/anglais des argumentaires commerciaux. Rédaction pour les équipes commerciales des présentations de la stratégie.*

Résultats : entrée de gammes CA + 25% - Standardisation des gammes = harmonisation des composants : gains sur achats 10% réduction du catalogue promotionnel de 30 à 15 gammes et des skus de 40%

janv. 2007 / déc. 2011

Category manager

PARASHOP France

2007 - 2011 (5 ans) Mission : développer la performance des catégories - CA 44 M€, 50%

du CA société, 70 fournisseurs, 2000 références

Mise en place de la méthode de travail en category management et définition de la stratégie commerciale (mix produit), par univers et espaces merchandising

Optimisation du C.A et rentabilité par le lancement de marques exclusives (IDC origine Canada) et de marques sélectives (Darphin, Liérac)

Animation des points de vente 16 plannings promotionnels annuels, 17 prestations trade marketing (événements exclusifs, maquillages flash, ordonnances beauté,...)

*Négociation des accords annuels : amélioration d'1 point chaque année
Animation de réunions de travail avec le service logistique afin d'obtenir le 0 ruptures (objectif atteint au bout de 4 mois)*

Management d'un approvisionneur

Résultats : +2% de C.A. sur un marché parapharmacie étale

janv. 2003 / déc. 2006

Chef de produits MDD papiers Centrale d'achats France

CARREFOUR

France Mission : développer la catégorie enfants et optimiser les
2003 - 2006 (3 Ans) approvisionnements sur la catégorie papiers - CA 140 M€ , 25
fournisseurs , 500 références

Développement Conception, lancement de la lingette toilette enfants
Carrefour

Optimisation du mix produits des gammes essuie tout et changes bébé
(pack et offres promotionnelles)

Mise en place d'une organisation interface entre la centrale MDD
internationale et les enseignes du groupe (gestion de la production et des
approvisionnements)

Pilotage du nouveau concept « prêt à vendre » avec les services achats et
revente du projet auprès des industriels de la grande distribution et des
cartonniers

Résultats : 15% de part de marché sur la lingette MDD enfants - gain de 5
jours de stock sur la catégorie papiers - réalisation d'un cahier des charges
« prêt à vendre »

janv. 1995 / déc. 2002

CARREFOUR

Négociatrice marques nationales parfumerie et
CARREFOUR parapharmacie

Centrale d'achats Mission: optimiser le chiffre d'affaires et la rentabilité des catégories
-

France CA 153 M€ (50% de la famille), 29 fournisseurs, 1500 références
1995 - 2002 (8 ans)

Négociation et gestion des accords commerciaux annuels avec les
industriels (L'Oréal, Unilever, Procter, Sanofi, Merck...):

Réalisation de business plan avec Unilever et L'Oréal (assortiment,
communication et opérations événementielles)

Pilotage de l'ECR avec Unilever sur la catégorie dentaire et L'Oréal sur la
catégorie coloration

Tutorat de négociateurs juniors

Résultats: 3 points d'amélioration sur les accords chaque année et +30%
en budget promotionnel

janv. 1986 / janv. 1995

Acheteuse grande diffusion

SEPHORA France

DIPLOMES ET FORMATIONS

/ juin 2006

Diplôme marketing et ventes - BAC+4

Ecole des Beaux Arts; CNAM Paris

/ juin 1998

First Certificate of Cambridge

Rouen

/ juin 1986

CCI de Paris

/ juin 1980

DUT de droit - BAC+2

faculté de Rouen

COMPETENCES

Mettre en place la méthode de travail en category management
gérer des assortiments, bases de données et merchandising
orchestrer des stratégies marketing, commerciales et promotionnelles
négocier des accords commerciaux, développer des relations commerciales et de partenariat
travailler en équipe en mode projets

COMPETENCES LINGUISTIQUES

Anglais

Courant

Espagnol

Académique

Français

CENTRES D'INTERETS

peinture
bénévolat "my joblasses"