



17/11/1970 (53 ans)
Nationalité Française
célibataire
Permis B

** **

Paris (75000)
***** - *****
*****@*****

DIRECTEUR, Sénior

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

- mai 2022 / aujourd'hui** **Directeur des Opérations**
CIAMT, Paris
Restructurer la Direction des Opérations - mission de transition
- avr. 2020 / mai 2021** **Directeur marketing**
Codexial Dermatologie, Nancy
*Créer un relais de croissance sur le marché du BtoC pour une entreprise en perte de vitesse en BtoB.
Stratégies marketing et de marque, branding, création et lancement de la marque ENO by Codexial de dermocosmétique active.
Mise en marché. Brief des commerciaux. Digitalisation de la société.
Insuffler une culture client.*
- janv. 2017 / avr. 2020** **Fondatrice et consultante**
KRATU, Nice
*Création de mon agence de conseil en marketing et communication.
Services aux entreprises de toutes tailles.
Stratégies et opérationnel*
- juil. 2012 / juin 2016** **DIRECTEUR MARKETING & COMMUNICATION JEUX.**
SOCIETE DES BAINS DE MER - MONACO
*STRATEGIES et Construire le service marketing et communication autour de 5 pôles :
Analyses et Etudes, Événementiel, Digital,
MARKETING Communication opérationnelle, CRM, Chargés de clientèle.
OPERATIONNEL * Repenser le programme d'invitations Casinos : politique commerciale et de fidélité des joueurs, afin de contrôler les dépenses et d'avoir un mode de rétribution clients juste et rentable
* * Elaborer, mettre en place et rentabiliser les plans d'action pour la place de Jeux et chaque casino : 4 établissements
DIGITALISATION indépendants avec des offres spécifiques et des besoins différents
* Décliner la communication institutionnelle et opérationnelle OFF et ON, digitaliser
* * Construire, négocier et piloter les budgets (31 millions d'euros + 3,6 millions en marketing opérationnel). Choix des GROS EVENEMENTIEL, prestataires, cahier des charges et négociations. Lien avec la presse
image et recrutement, * Animer le lieu Monte-Carlo grâce à la création d'évènements de recrutement et fidélisation clients.

VIP * Fournir les plans marketing et communication pour du gros événementiel sportif SBM
* Recruter les équipes. Manager 21 personnes (12 en marketing opérationnel et 9 chargés de clientèle dont un * responsable).*

SOCIETE DES BAINS DE MER - MONACO.
- sept. 2007 / janv. 2012** **DIRECTEUR MARKETING & DEVELOPPEMENT COMMERCIAL.**
LE CAP France
*Créer une activité sur le marché du tourisme fluvial parisien moyen haut de gamme. BtoB et BtoCENTREPRENEURIAT
* Imaginer et lancer en marché d'une offre innovante de croisières sur-mesure et à la carte et d'évènements**

entreprises à quai et en itinérant INNOVATION
* Elaborer les stratégies marketing, communication et de distribution : sites internet, réseaux sociaux*
* Construire la stratégie de distribution
NEGOCIATIONS
* Trouver les partenaires, négocier avec eux les meilleurs accords : palaces, grands magasins.
*
LE CAP France. TOURISME FLUVIAL PARISIEN - EVENEMENTIEL.

déc. 2005 / mai 2007

DIRECTEUR MARKETING ENSEIGNE.

Groupe Pierre Fabre

Réinventer le commerce de la montre en proposant un nouveau concept de point de vente spécialisé adapté au marché, en vue de transformer 130 magasins Europaquartz/Goldy.

Résultats * Ecrire le positionnement, le marketing mix du nouveau point de vente

DIRECTION * Elaborer la stratégie marketing à 5 ans de l'enseigne

PROJET * Piloter les plans d'action opérationnels de marketing et communication

* Manager 2 personnes

de +35% à +70% CA * Construire et piloter les budgets

magasin vs 15% * Faire les appels d'offre, choisir les intervenants et coordonner

l'ensemble des métiers autour du projet

attendus. * Présenter les avancées du projet en tant que pilote, auprès de la Direction du Board Galeries Lafayette : Philippe

Houzé, convaincre, négocier

* * Faire le reporting auprès de la Direction Stratégie et Développement du groupe.

janv. 2002 / mai 2003

RESPONSABLE MARKETING CLIENTS NATIONAL.

ATAC

juil. 1999 / déc. 2001

RESPONSABLE MARKETING ENSEIGNE.

CIEL DIFFUSION

janv. 1996 / juin 1999

CHEF DE MARCHE.

CIEL DIFFUSION

nov. 1993 / janv. 1996

DIRECTRICE ADJOINTE DE MAGASIN. NATURE et Découvertes

PARIS 1 et PARIS

/

PARIS

ENSEIGNES BtoC - LOISIRS, CADEAUX, PAPETERIE, GMS - PARIS

/

Fondatrice et consultante

KRATU

Conseil en marketing et communication.

Toutes tailles d'entreprises.

Stratégique et opérationnel.

/

CONSULTANTE MARKETING & DEVELOPPEMENT COMMERCIAL.

FREE LANCE - PARIS

/

Groupe Pierre Fabre

CONSEIL MARKETING & COMMUNICATION, STRATEGIQUE ET OPERATIONNE, 360°.

Principales réalisations :

* Architecture de marque. Océania Hôtels.

* Etude d'opportunités pour lancer un dispositif médical sur les marchés français et polonais +

proposer une stratégie digitale. Groupe Pierre Fabre.

* Stratégie marketing et plan marketing annuels. Air Corsica.

* Plan de communication national pour le local. Best Western Hôtels and Resort.

* Stratégie de communication digitale et communication opérationnelle. Espresso Monte-Carlo.

DIPLOMES ET FORMATIONS

sept. 1990 / juin 1993 - BAC+6 et plus
Ecole Supérieure de Commerce et de Gestion INSEEC Bordeaux

juin 1988 / juin 1990 **Classe préparatoire HEC; Baccalauréat C** - BAC+2

COMPETENCES

Digital, CRM, Europaquartz/Goldy

COMPETENCES LINGUISTIQUES

Anglais	Professionnel
Espagnol	Courant
Allemand	Elémentaire

CENTRES D'INTERETS

mots, l'écriture, langue française, design, graphisme, marche, course, natation, yoga