

## EXPERIENCES & REALISATIONS



Depuis Aout 2011	<p><b>SpotPink</b> - Agence de communication marketing publicité Médias Sociaux <b>Directrice Conseil</b></p>
Nov. 2009 Mai 2011	<p><b>ACT-ON</b> Cabinet de conseil RH &amp; SIRH, 9,8 M€, 90 consultants <b>Responsable Communication &amp; Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conception &amp; diffusion de tous supports de communication en interne/externe</li> <li>• Organisation et animation d'évènements (candidats, prospects, clients)</li> <li>• Gérer les relations partenaires, éditeurs, prospects, clients, candidats, journalistes</li> <li>• Sourcing de candidats &amp; contribution au recrutement par la communication RH et la structuration de nouveaux processus</li> <li>• Veille marché &amp; concurrentielle</li> </ul>
Mars 2009 Juillet 2009	<p><b>Vedior Front RH</b> - filiale du groupe Randstad, 22 personnes, 2.6 M€ CA <b>Directeur Marketing</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboration du plan d'actions commerciales et de l'ensemble des outils de vente</li> <li>• Formation des commerciaux à la téléprospection et à la promotion de l'offre</li> </ul>
Sept 2006 Mars 2009	<p><b>MeilleureGestion</b> – 42 personnes, 3.6 M€ CA <b>Responsable Marketing &amp; Communication</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Objectif Marketing direct : <b>40 RDV pris par mois et par téléprospecteur</b>. Définition des <b>scripts</b> et suivi de la <b>qualification, détection de projets, prise de RDV par téléphone</b>, conception et routage d'<b>e-mailing</b></li> <li>• <b>Suivi et augmentation du trafic des 3 sites internet</b> et de la <b>performance des campagnes</b> de référencement naturel et payant</li> <li>• Création et animation d'un <b>Club de 350 clients</b> et organisation de 6 séminaires de 20 à 80 personnes</li> <li>• Organisation de la présence à <b>2 salons (SRH)</b>, animation de <b>conférences</b></li> <li>• Rédaction et diffusion de brochures, plaquettes, leaflets, guide de vente, communiqués de presse, newsletters clients, témoigniaux, revues de marché et communiqués internes</li> <li>• Recrutement et encadrement de 4 téléprospecteurs, 5 ingénieurs commerciaux juniors et 1 webmaster</li> </ul>
Mai 2003 Mars 2006	<p><b>CcMx</b> Division S.I.R.H. 200 personnes - <b>Groupe CEGID</b> <b>Chef de Produits au sein de la direction Marketing</b></p> <p><b>Responsable de l'optimisation de l'offre des produits RH, des rendez-vous d'avant-vente, du cursus de formation des ingénieurs commerciaux et de la satisfaction des clients 'référence'</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Animation du comité de pilotage pour le lancement et le développement de l'offre GPEC</li> </ul>
Janvier 2001 Avril 2003	<p><b>Chef de Produits au sein de la direction des Services</b> <b>Responsable de l'offre de services RH et du cursus de formation et d'intégration d'une équipe dédiée</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formation et coaching de 6 consultants RH recrutés pour décupler le nombre de ventes et de jours facturés</li> </ul>
Avril 1999 Janvier 2001	<p><b>Consultante en Ressources Humaines</b> <b>Facturation de 450 jours au tarif de 1100€ / jour soit 495000€ en 2 années + Facturation de 180000€ au titre de la formation</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Auprès de 150 clients, <b>réalisation de prestations de conseil en Ressources Humaines</b> : accompagnement des entreprises dans la mise en production, l'évolution et la rentabilisation de leur <b>SIRH</b>.</li> <li>• Conception et animation de 100 <b>sessions de formation</b> clients aux <b>produits</b> et aux <b>métiers</b> (gestionnaires RH d'entreprises du mid-market) dans les domaines de la <b>GRH</b></li> </ul>
Avril 1997 Avril 1999	<p><b>La compagnie de formation</b> (25 centres de formation, 900 salariés, Filiale de Vivendi) <b>Adjointe du Directeur Technique Produits et auditeur interne de la qualité</b></p> <p><b>Objectif :</b> <b>Mettre en place et auditer la qualité et obtenir la certification ISO 9001 d'un centre de formation</b></p>

## COMPETENCES PROFESSIONNELLES

<b>Communication</b>	<p><b>Représenter une image valorisée</b> de l'entreprise et de son offre, auprès de ses prospects, clients et collaborateurs (rendez-vous d'avant-vente, salons, manifestations privées...).</p> <p><b>Organiser et gérer les Relations Presse. Etre l'interface clients / RP</b> dans le cadre de la mise en place des testimoniaux clients.</p> <p><b>Organiser des évènements, salons et manifestations</b> et <b>être porte-parole</b> de l'entreprise dans le cadre des RP, séminaires, conférences.</p> <p>Conception/Rédaction de <b>supports de communication interne et externe</b> (interviews, communiqués avis d'expert, testimoniaux, dossier de presse...).</p>
<b>Management</b>	<p><b>Recruter, former, encadrer</b> les collaborateurs du service marketing et <b>générer des ventes.</b></p> <p><b>Analyser la performance commerciale</b> des opérations et gérer le budget du service.</p> <p><b>Définir les objectifs et suivre l'activité</b> de téléprospects, stagiaires, commerciaux et webmaster.</p>
<b>Marketing</b>	<p>Définir et déployer une <b>stratégie marketing multicanaux</b> (off et online).</p> <p><b>Packager une offre de produits et/ou de services</b> pour <b>générer du chiffre d'affaires.</b></p> <p>Utiliser les leviers de marketing on line pour <b>développer la visibilité du site</b> pour <b>accroître son trafic, détecter des projets</b> et <b>de générer des ventes.</b></p> <p><b>Proposer des solutions</b> techniques pour <b>optimiser le process de vente.</b></p> <p><b>Concevoir des outils et supports d'aide à la vente</b>, former et accompagner les commerciaux pour garantir l'efficacité de la conquête et de la fidélisation.</p> <p><b>Impulser et accompagner le changement</b> en adoptant les techniques de la <b>gestion de projets.</b></p> <p><b>Réaliser des démonstrations avant-ventes</b> de solutions informatisées de gestion des RH.</p>
<b>Médias Sociaux</b>	<p><b>Définir une stratégie de pénétration et de présence numérique.</b></p> <p><b>Créer, développer un réseau et animer</b> quotidiennement sa <b>communauté.</b></p> <p><b>Délivrer des messages ciblés et détecter des projets.</b></p> <p><b>Animer des formations et conférences sur les bonnes pratiques de blogging, microblogging, networking et bookmarking.</b></p>
<b>GRH</b>	<p><b>Connaissance des acteurs &amp; professionnels de l'écosystème RH</b> (cabinets, éditeurs, médias professionnels...) : objectifs, vocabulaire et offre.</p> <p><b>Collecter et analyser les tendances et l'actualité</b> (métier, légale).</p>

### CURSUS UNIVERSITAIRE

- 1997 **DESS** « Chargés d'études, consultants et formateurs en psychologie sociale et appliquée » - Paris X  
**Numéro ADELI** : 78 93 1059 6
- 1996 **Double maîtrise** : psychologie sociale et psychopathologie clinique – Paris X

### FORMATION CONTINUE

- 2002 « Business Objects » (CcMx)
- 2001 « Construire un référentiel de compétences » (DEMOS)  
 « Tableaux de bord et bilan social » (DEMOS)  
 « Développer ses compétences managériales » (ILSIS)  
 « Optimiser l'efficacité des chefs de projets » (MANAGEMENT et PERFORMANCE, Marc LEVITTE)
- 2000 « Formation à la pratique de la paie » (CEGOS)
- 1999 Bilan de compétences (Cabinet 'HOMME ET MOBILITE', Xavier Marchandise)
- 1998 « Formation d'auditeur de la qualité » (CEGOS)

### PAR AILLEURS...

Membre du comité de rédaction de [HR Channel](#) (web-TV collaborative des acteurs de l'écosystème RH)

Outils maîtrisés : WordPress, Blogger, Twitter, CRM web spécifique, Pack office, Adobe Acrobat Writer, Business Objects, Interview, Eureka, Gif Movie Gear, ViewletBuilder, blogger, google Analytics, google AdSense, webstats. Connaissance de l'import de données dans Oracle et SQL Server et des logiciels de gestion de la paie et des RH : RH Place, MeilleureGestion.com, Front RH.

Pratique régulière de sports nautiques mécaniques. Permis A et B – véhiculée à moto.