

SERENA EBOULÉ

Née le 18/01/1993 108 boulevard de Clichy, 75018 Paris seboule@em-normandie.fr +33 6 65 30 83 90

COMPÉTENCES CLÉS

Marketing 360

Coordination de projets

Communication

Esprit d'équipe

Organisation



LANGUES



Courant, TOIEC 850



Professionnel, B2



Débutant

CENTRES D'INTÉRÊT



Suivi des tendances mode : presse, réseaux sociaux expositions Mooc en ligne – IFM Paris



Patinage artistique (6 ans) 2 participations aux Championnats d'Europe & de France : Danse



Roadtrip Laos – Thaïlande, Brésil, Togo, Espagne, Portugal, Sénégal Enthousiaste et passionnée par les enjeux du marketing, je suis à la recherche de nouveaux challenges en marketing.

EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

MISSIONS MARKETING DIGITAL

Side; Paris | Novembre 2019 - Janvier 2020

Missions • Conseiller les clients de l'entreprise dans leur stratégie marketing digital

<u>Réalisations</u> - Participation à la mise en place et à l'exécution du plan marketing digital

Gestion campagnes CRM : brief & création des newsletters avec le pôle créa

Réalisation d'études concurrentielles et tendances marketing

CHEF DE PRODUIT MARKETING JUNIOR (stage)

Dim (Hanes brands); Rueil Malmaison | Octobre 2018 – Mars 2019



Side

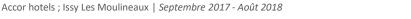
Missions

- Marketing produit : participer au plan de collection SS20/AW20 et à la création des concepts produits; développer les innovations avec les équipes R&D
- Marketing et suivi opérationnel : créer et diffuser les supports marketing
- · Soutenir les équipes digitales et e-commerce sur la mise en avant des produits
- Etudes des tendances de marché & analyses concurrentielles

Réalisations

- Création des fiches produits & argumentaires destinés aux équipes commerciales
- Réalisation des briefs créatifs et suivi des supports auprès du studio photo
- Gestion des produits : réception et envoi des samples; transmission des informations techniques
- Coordination des outils marketing et guidelines auprès des équipes pays
- Participation à la rédaction des contenus digitaux: argumentaires produits pour le site internet, newsletter ...
- Elaboration et suivi des devis auprès des prestataires
- Analyse des ventes hebdomadaires, veilles concurrentielles sur les produits & tendances

CHEF DE PROJET MARKETING





Missions

- Partenariats: négocier et gérer la relation commerciale avec les partenaires
- Coordination de projets : mettre en place et déployer le projet Social Desk
- Expérience BtoB : accompagner les hôtels dans leurs problématiques digitales
- Innovation & stratégie: définir et développer une vision Social Media pour l'activité Food & Beverages du groupe Accor hotels (9000 bars & restaurants)

Réalisations

- Recommandation de nouveaux produits ; accompagnement des partenaires
- Conception et rédaction de contenus dans le cadre du projet Social Desk avec Publicis;
 brief créatif des outils digitaux; suivi des échanges; accompagnement du lancement commercial; suivi des process d'inscription
- Création des supports de communication liés au projet Social Desk
- Gestion de l'équipe projet sur la conception d'une nouvelle stratégie Social Media : étude des besoins auprès de 50 hôtels, présentation du projet auprès du CODIR
- Analyse des résultats et mise en place des actions

CHEF DE PROJET MARKETING DIGITAL & OPÉRATIONNEL

Hungry & Foolish; Paris | Septembre 2016 - Septembre 2017



Missions

- Marketing digital: concevoir et déployer la stratégie marketing pour Jack Daniel's France
 & Heinz Ketchup France
- Marketing opérationnel : gérer la mise en place des jeux concours et la logistique

Réalisations

- Elaboration des newsletters mensuelles & envoi sur Salesforce (2000 abonnés ; 12 newsletters ; taux d'ouverture : 72 %) en cohérence avec la stratégie 360°.
- Conception et déploiement de la stratégie Social Media pour Jack Daniel's / abonnés : 17 M ; Heinz Ketchup France/ abonnés : 1 M ; élaboration des calendriers de communication; community management; analyses sectorielles et concurrentielles ; reporting et recommandations stratégiques
- Pilotage du lancement de Jack Daniel's Single Barrel Rye: création d'une identité visuelle et story-telling (brand management) en collaboration avec les équipes créatives, création de contenu et coordination pour les différents supports: site web, réseaux sociaux et campagnes publicitaires

FORMATION

Master 2, Programme Grande Ecole, spécialisation Marketing (alternance)

EM Normandie ; Caen | 2012 - 2015 ; Paris | 2016 - 2018

Echange universitaire ; PUC ; Brésil | Janvier - Juillet 2014

Cours suivis en portugais : Management, Marketing, Droit des consommateurs, Business