



Fanny LEPLÉ

38 ans

ME CONTACTER

+33 6 83 04 12 53
fannyleple@yahoo.fr
Lille

LANGUES

Anglais ●●●●●
Espagnol ●●●●●

INFORMATIQUE

Pack Office ●●●●●
Google Analytics ●●●●●
IBM Campaign (ex Unica) ●●●●●

FORMATION

2013 : L'essentiel du e-marketing et web marketing - Skema Business School de Lille

2003 : MASTER 2 Marketing (DESS) - IAE de Toulouse

2002 : MASTER 1 IUP Marketing-Vente (Maîtrise) - IAE de Lille

INTERETS



Consultante cross-canal

Adaptable, déterminée, audacieuse
Disponible immédiatement

Mon ambition : relever de nouveaux challenges en mettant mon savoir-faire marketing (digital, projets, opérationnel, développement de services) et ma connaissance client au profit d'une structure à taille humaine dans un secteur d'activités différent.

COMPETENCES

Plans de communication, acquisition de trafic & fidélisation Définir, faire adhérer et déployer opérationnellement la stratégie multicanale
Développement d'offres de services Positionnement et mix marketing
Performance Analyse des KPI et gestion ROIste du budget tout en maximisant la satisfaction client
Coordination de projets on line / off line avec intervenants internes et externes
Connaissance client Veille technologique et concurrentielle, études de marchés

EXPERIENCES

CREDIT AGRICOLE Consumer Finance (ex-Finaref)

Chargée de Développement Marketing 1 an (Oct.2017 -18)

Coordination de projets transverses CRM/base de données :
• Enrichir notre **DMP** : appending, achat de données comportementales, opt-inisation
• Expression de besoin d'une base centralisée des moyens de contacts (e-mail, tél, notification, ...) : contenu, mode de gestion, gouvernance, maintenance

Congé de développement 1 an (Oct.2016 -17)

1 année d'immersion à l'international dans des pays anglophones et hispanophones

Chargée d'Acquisition 3 ans (2013 -2016)

• **Pilotage des leviers d'acquisition de trafic** sur nos cibles B2C (marque Sofinco) : e-mailing / retargeting / display / SMS / affiliation / comparateurs
• Logique de Test & Learn (A/B testing), tracking (web analytics) et ajustement tactique
→ 2,4 millions d'e-mails /an, taux de réactivité: +75%, taux de transfo: +52%
• **Diagnostic des optimisations** techniques et marketing sur l'infrastructure de routage
• **Accompagnement pédagogique** sur les enjeux et bonnes pratiques du levier e-mailing
→ Cafés digitaux, boîte à outils, conseils

Responsable Marketing Relationnel 3 ans (2010-2013)

• **Plans de prospection et fidélisation** crédit pour nos partenaires B2B (Apple France, Free Mobile, Fnac et Go Sport) : opérations promotionnelles, triggers, jeux concours, contenus éditoriaux, ...
• **Communication multicanale** : identité visuelle, charte graphique et éditoriale, conformité réglementaire
• **Projets digitaux** : signature électronique web & magasins (iPad), refonte espace client, dématérialisation des relevés de comptes
• Pilotage du **mix marketing** : commercialisation d'une nouvelle offre pour Free Mobile
• Supports d'aide à la vente : PLV, argumentaires, appli de simulation crédit, etc.

Chef de Marché 6 ans (2004-2010)

Définition et évolution d'offres de services autour des cartes de crédit/fidélité de nos partenaires VADistes (La Redoute, Vertbaudet, Somewhere, Daxon, La Maison de Valérie) et Retail (Club Med, Printemps) :

• Conception et mise en œuvre des axes stratégiques du plan commercial
• **Veille concurrentielle**, commande d'**études CRM** pour impulser les **innovations services**

PRESENCE, cabinet d'études clients mystères (Topo Marketing Group)

Chargée d'Etudes Marketing 1 an (2003-2004)

Concevoir les études « client mystère », analyse, synthèse et restitution aux clients