

Amandine Richez
44 rue Louise Michel
59860 Bruay sur l'Escaut
amandine.richez@live.fr
07.66.88.56.29
Née le 7 avril 1993
Permis B

FORMATION

- *Septembre 2018 à aujourd'hui : formation continue sur **SAS** pour remise à niveau, **Teradata***
- *sept/oct 2018: formation **Salesforce Marketing Cloud** et overview **Salesforce Service Cloud***
- *Septembre 2017: Formation **SQL Oracle** via Orsys formation, Lille*
- *2014: Formation à **Business Objects** (profil utilisateur)*
- *Septembre 2015 : Obtention de la **licence professionnelle SID** (Statistique et Informatique Décisionnelle) à Roubaix, en alternance*
- *2012/2014 : Obtention du **DUT STID** (Statistique et Informatique Décisionnelle), Roubaix dont 2e année en alternance*

COMPETENCE TECHNIQUES

- *Logiciels utilisés : BO XI, Microstrategy, Excel (pour Analyse et diagramme de Gantt), Word, Outlook, Powerpoint, SAS, TeraData, Access, SPSS, SAP, SPAD, connaissances sur Qlikview, Microsoft BI, ODI, Talend*
- *Plateformes utilisées : questionnaire de satisfaction, La Poste, Vega SMS, outil de gestion de campagne et couponing interne, Salesforce Marketing Cloud et Service Cloud, Microsoft teams*
- *Anglais opérationnel et Allemand : niveau scolaire.*

MISSIONS

Oney, en charge du produit 3x4X Oney et des données partenaires, septembre 2018 à aujourd'hui

- *Analyse de campagnes emailing et du Plan Marketing Relationnel sur le 3x4X Oney avec :*
 - *Analyse par campagnes (tactique, relationnelle, automatique) sur le comportement email + KPI de production et parcours automatisé avec diverses préconisations (critères de ciblage, A/B test...)*
 - *Présentation des résultats d'analyses auprès du marketing*
 - *Co-construction avec la chargée de marketing opérationnel des briefs liées aux opérations commerciales*
- *Etudes sur les données partenaires: Boulanger, Leroy Merlin... (Taux de recours à Crédit par magasin et rayon, conseil sur la prise en compte de score d'appétence sur des opérations commerciales avec analyse post opération et préconisations pour reconduction optimisée pour le partenaire*
- *Remontée à la DSI des anomalies liées aux données en base pour correction*
- *Intégrée dans la construction et optimisation des parcours automatiques CRM*

Supermarchés Match, en charge de la partie locale/régionale, octobre 2015 à septembre 2018

→ Opérations locales/régionales:

- *Analyse des indicateurs magasins*
- *proposition d'opération locale*
- *mise en place de celle-ci (brief et paramétrage des applications internes)*
- *ciblage éventuel (SMS, mailing, email, coupon caisse)*
- *envoi du média ciblé*
- *analyse post opération avec préconisations*
- *trade marketing (comptages, ciblages, paramétrage et analyse)*

→ Sortie mensuelle des tableaux de bord de l'enseigne

→ Analyse du questionnaire de satisfaction, des verbatims, et diverses analyses ponctuelles

→ Conception de rapports BO et aide aux collègues pour la création de ceux-ci, mise en place de reporting à destination du marketing produits

→ Tests d'applications passant dans la base de données pour la qualité de données puis renvoi à la DSI des besoins, recettage puis validation auprès de la DSI pour mise en production

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

→ Septembre 2018 : **Analyste CRM junior**, Direction Connaissance Client et Risque, Oney à Croix, CDI

→ Octobre 2015 à septembre 2018 : **Chargée d'études marketing junior**, Marketing Clients aux Supermarchés Match, siège social à La Madeleine, CDI

→ Septembre 2013 à Septembre 2015 : **Assistante chargée d'études marketing client** aux Supermarchés MATCH à La Madeleine en contrat de professionnalisation.

LOISIRS

→ Sport

→ Jeux vidéo

→ Coloriage