

# Chargé de Campagne Print et Web



Stéphanie Caffray  
06 12 99 34 96

[stephanie.caffray@edhec.com](mailto:stephanie.caffray@edhec.com)

## Expériences Professionnelles :

### 2017 : Caffel – Consultante:

- Comprendre les besoins de la grande distribution et traduire en terme de supports de communication.
- Mise en place des pilotages budgétaires et suivi des performances commerciales.
- Elaboration de plans d'action.
- Veille concurrentielle.

### 2012-2015 : Evolution - Agence de communication et de production de contenu (photo, vidéo, PAO, traitement image, site web) avec une SSII intégré (CA : 7,5M€) :

#### Média-planneur Print et Web:

Définir et mettre en œuvre les opérations marketing de nos clients.

- Suivi clients : suivi et mise en place des rétro-plannings, garant de la qualité et des délais de livraison.
- Décliner les plans d'actions marketing, en les budgétant et en les planifiant.
- Analyser les besoins du client final et faire des recommandations.

#### Responsable de production Communication cross canal :

Garante de la qualité, de la sécurité et de la rentabilité de la production.

- Organiser, planifier, structurer et optimiser la production.
- Penser cross canal en établissant des contenus pour l'ensemble des supports médias, hors médias et vente à distance.
- Elaboration et suivi des reportings de production.

Clients : Leroy Merlin, Alinéa, Bricoman, Boulanger, Brico Belgique

### 2011-2012 : EDHEC- Cycle Supérieur de Management

### 1995-2010 : Kiabi (CA : 1 300 M€ en 2010, 394 magasins dans le monde) :

#### Chef de Fabrication:

- Chef de Fabrication : maîtrise de la chaîne graphique et des différentes techniques d'impression et validation des BAT: numérique, offset, sérigraphie, flexographie. Mise en place de la logistique pour les supports de communication nationaux et internationaux.
- Actions Locales en France et à l'international: accompagner les magasins dans leurs besoins de communication locale : ouverture, réouverture, relooking, fermeture, besoins spécifiques d'opérations locales.
- Garantir le budget, la qualité des contenus, des délais de livraison des supports de communications.
- Optimisation des supports de communication en fonction des besoins des différents services et des spécificités magasins.
- Briefer les agences de communication et la chaîne graphique.
- Piloter et coordonner la mise en place magasin et sur internet.
- Définir les indicateurs de performance, analyser les résultats.
- Analyser le marché et la concurrence.
- Participer et mettre en œuvre le plan marketing opérationnel.
- Accompagner les acheteurs dans leur communication multi canal.
- Manager, organiser et optimiser la chaîne graphique.
- Décliner le plan marketing au cross canal et à l'international: catalogues, balisages, marketing direct, internet...  
*10 campagnes en 1996 vs 20 campagnes en 2009.*
- Elaborer et mettre en place des outils de suivi du budget:  
*Maîtrise des budgets pendant 15 ans.*
- Négocier avec les industries graphiques, membre du GIE du groupe Mulliez.
- Identité Visuelle : refonte de la totalité des balisages magasins en fonction de la spécificité des magasins tant au niveau format, quantité et types d'impression.
- Manager une équipe de 2 personnes en interne, 15 personnes en externe.

### 1994-1995: Equipement diffusion - PME vente d'outillage

- Construire l'offre produit, négociation avec les fournisseurs.

*20 ans d'expériences dans le marketing opérationnel.*

*Fédère et mobilise les équipes autour des projets.*

*Ecoute, analyse, propose des solutions innovantes.*

## Etudes et Formations :

2011-2012 : EDHEC  
Diplômée du Cycle Supérieur de Management (Bac+5).

1992 – 1993 : IPRA  
BTS Force de Vente.

Permis B.