



STELLINA CHAMPENOIS

CONTACT

- +33 (0)6 71 62 23 00
- stellinachampenois@gmail.com
- [linkedin.com/in/stellina-champenois](https://www.linkedin.com/in/stellina-champenois)
- 9 boulevard de denain 75010 Paris

MES VALEURS

- Leadership
- Esprit d'équipe
- Sens de l'humain et de l'engagement
- Agilité et capacité d'adaptation
- Proactive et autonome
- Honnêteté et intégrité intellectuelle
- Respect des engagements
- Challenger le status quo

SAVOIR-FAIRE COMPÉTENCES

- Vision stratégique marketing digital
- Transformation digitale
- Conduite du changement
- Coordination et pilotage de projets (Digital, Marketing, Data, DSI)
- Définition de business model (KPI, ROI)
- Méthodologie agile/ scrum
- Méthodologie UX Design thinking
- Méthodologie projet ART
- Management de l'innovation
- Développement commercial et partenariats
- Etude Quanti/ Quali clients et marchés
- Analyse des risques et opportunités
- Veille technologique

INFORMATIQUE

- Suite Microsoft Office & Google Workspace
- Google Analytics
- CMS divers (Magento, Joomla) et outils de ticketing

LANGUE

- Français : Langue maternelle
- Anglais professionnel
- Espagnol intermédiaire

FORMATION

- 2022 : Executive Master Management Marketing Digital - Essec
- 2004 : DESS Juriste affaires internationales (Rennes I / Sydney)
- 2002 : Maîtrise Droit des affaires Assas Paris II

HOBBIES



DIRECTRICE PROJET TRANSFORMATION DIGITALE

- Expérience mixte en conseil (10 ans) et en entreprise (7 ans)
- Double compétence business driven à l'international : stratégique et opérationnelle
- Direction de projets de transformation digitale : expertise omnicanale et expérience client
- Management direct et transverse d'équipes pluri-disciplinaires

IDKIDS

DEPUIS 2022

Directrice Projet Transformation Digitale

1. Définition d'une stratégie digitale omnicanale

- Objectif : Repenser le rôle du magasin dans l'expérience client globale
- Réalisations : Analyse des données clients et segmentation des comportements, formalisation et mise en oeuvre d'une stratégie d'entreprise avec un plan d'actions sur 3 ans, identification des opportunités d'innovation et de développement

2. Gouvernance projet sur l'ensemble de la chaîne de valeur

- Objectif : Pilotage et coordination transverse de projets générateurs de nouveaux leviers de croissance
- Réalisations : Développement du modèle Puériculture (modélisation des contraintes supply et techniques, modélisation économique), pilotage transverses des projets omnicanaux (Order in Store avec +1,5% de CA et Ship from Store), réflexion sur des projets liés à la Circular Economy (business model de la location de vêtement de cérémonie), conduite du changement avec la formation des métiers à la méthodologie projet "ART"

3. Pilotage de la roadmap digitale groupe

- Objectif : Pilotage et coordination des sprints de l'ensemble des projets digitaux et sites e-commerce du groupes (marketplace IDkids et site Okaïdi) et services omnicanaux (e-résa, OIS, SFS)
- Réalisations : Gestion des sprints et optimisation de la méthode Agile, définition d'une nouvelle gouvernance projet et critères de priorisation, pilotage d'un budget de 1,9M€ pour 56 projets/ an

AUCHAN RETAIL INTERNATIONAL

2017 - 2021

Responsable Expérience Client groupe et transformation digitale

1. Définition d'une vision stratégique omnicanale groupe du Digital in Store

- Objectif : Améliorer la connaissance omnicanale des clients afin de développer une expérience unique et personnalisée in store
- Réalisations : Réflexion sur la rentabilité des parcours de course tous pays, déploiement des étiquettes électroniques et définition de nouveaux use cases associés (5M d'étiquettes déployées pour 100M€ d'investissements > 7k€ réinvestis/mois/mag), mise en place du vendeur augmenté (+10 MK€ CA sur la France), réflexion sur la monétisation de la data

2. Stimulation de l'innovation

- Objectif : Identifier de nouveaux leviers de croissance et concepts de distribution expérientielle afin d'améliorer l'expérience et l'engagement client mais aussi l'efficacité opérationnelle
- Réalisations : Digitalisation des univers non-alimentaire par la création de dispositifs innovants pour une meilleure connaissance client (animation ateliers design thinking, +30 pocs réalisés)

3. Animation d'une communauté de pays autour d'une veille technologique

- Objectif : Piloter une gouvernance cross-pays autour de la digitalisation des magasins dans une logique d'accélération et d'économie (partage de KPI's, veille, best practices, innovations, data, digital, IOT, IA)
- Réalisations : Retail Tour (Chine), rédaction de RFI/ RFP avis clients, bible de plus de 30 dispositifs cross-pays, sourcing de prestataires internationaux, mise en place de change management (formations)

FULLSIX

2011 - 2017

Directrice Conseil

1. Mise en place de stratégies digitales omnicanales autour du client

- Développement de portefeuilles clients (Inbiz)
- Conseils sur les stratégies digitales à mettre en place après analyse des besoins clients
- Coordination projets et pilotage budgétaire
- Prospection commerciale
- Management d'une équipe de 11 personnes et déploiement de la méthodologie UX design
- Budget : SNCF (600 k€), Renault (1,7 M€), Disney, L'oréal Luxe, JO 2024 candidature (200 k€), Alain Afflelou (100 k€), MSD (Mise en place d'une régie digitale de 6 personnes, 900 k€)

2. Développement de stratégies PRM/ CRM

- Optimisation de la connaissance client grâce à la réconciliation des données omnicanales (Compagnie des Alpes)
- Développement et animation du programme CRM (La maison du chocolat 162 k€)

OGILVYONE

2007 - 2011

Consultante Senior

1. Pilotage opérationnel des projets digitaux

- Budgets : Mattel, Cisco, Bouygues Immobilier, Mutuelle Générale

2. Stratégie éditoriale : Brand content & SEO

- Budgets : HEC MBA, Fisher Price

OTHER

2005 - 2007

- Assistante Chargée d'étude : Opinion Way, 2005/2006, réalisation d'études de marché et interviews
- Assistante Compliance Officer : Fortunéo Procapital, 2004/2005, risk management et process liés au blanchiment d'argent et de lutte contre le terrorisme