

SAMUEL CISCATO

CMO - CHIEF MARKETING OFFICER FRANCE ET INTERNATIONAL

Place Jeanne d'Arc, 75013 Paris, France

+33 6 67 98 00 44
[linkedin.com/in/samueltiscato](https://www.linkedin.com/in/samueltiscato)

samuel.ciscato@gmail.com

PROFIL

Directeur marketing B2B et B2B2C, depuis **18 ans** je conçois et pilote des stratégies de croissance pour des éditeurs de solutions et des acteurs industriels, notamment sur des marchés de transition et d'efficacité énergétique. Je structure des stratégies marketing globales et des feuilles de route go to market alignées sur les objectifs business et ceux des BU, et je relie acquisition digitale, ABM, CRM, automation et forces commerciales pour générer des leads qualifiés, accélérer les cycles de vente et développer le chiffre d'affaires en France et à l'international.

Formé en **psychologie cognitive**, j'utilise les sciences du comportement pour clarifier les propositions de valeur, formaliser personas, messages clés et argumentaires, et installer des équipes engagées, avec une culture de test et d'amélioration continue, tout en gardant la performance commerciale, la qualité du pipeline et les KPIs comme boussole.

EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

DIRECTEUR MARKETING (CMO), LYCA MOBILE GROUP, LYON - FÉVRIER 2023 À AOÛT 2025

- Repositionnement de la marque et **accélération de la croissance digitale** sur un marché télécom B2C très concurrentiel, avec plus de 150 M € de chiffre d'affaires, en reconstruisant marketing, acquisition et e-commerce autour d'une promesse de liberté sur trois pays et en structurant l'équipe marketing (12 personnes) et les rituels hebdomadaires de **test & learn** sur les campagnes, les tunnels de conversion et les offres.
- Mise en place d'une **attribution multi-touch** connectant marque, acquisition, CRM et fidélisation, et réallocation d'un budget marketing de plusieurs millions d'euros sur la base de la rentabilité par canal et de la valeur client, permettant d'atteindre +32 % de nouveaux clients, -25 % de coût d'acquisition et +6 % de valeur de panier moyen, avec des campagnes et promotions structurées et un reporting régulier au comité de direction.

HEAD OF BU DIGITAL TRANSFORMATION, ALFA LAVAL, LYON - AVRIL 2021 À FÉVRIER 2023

- Transformation digitale d'une BU positionnée sur les marchés de la transition énergétique et des procédés industriels, en conduisant des **initiatives IoT et IA** et le développement de services digitaux et de solutions e-business B2B avec des **MVP** centrés sur le client, pour améliorer l'UX, l'adoption et la création de valeur pour les équipes commerciales et les sites industriels, en lien avec leurs enjeux d'efficacité énergétique.
- Construction d'une vue funnel partagée dans Power BI avec une qualification de type MEDDIC light et utilisation de principes simples issus des sciences cognitives et comportementales et de parcours de formation pour **aligner marketing, ventes et produit**, suivre le pipeline par segment, accélérer l'adoption des outils et clarifier le ROI des actions auprès de la direction de la BU et des régions.

DIRECTEUR E-COMMERCE, ANWR GARANT, PARIS - AVRIL 2016 À MARS 2021

- Responsable de la marketplace B2B2C connectant 1 600 magasins indépendants et fournisseurs européens, conception des **flux du fournisseur au client final via le détaillant**, mise en place de la gouvernance, du CRM et des campagnes multicanales pour animer le réseau de partenaires, générer du trafic et développer les ventes en ligne et en point de vente.
- **Formation de plus de 1 000 vendeurs** aux outils CRM, à l'analyse des données et aux outils de vente digitale avec des formats simples et progressifs, contribuant à +23 % de chiffre d'affaires après le lancement, une meilleure cohérence de marque, une adoption accrue de la plateforme et une activation commerciale plus régulière du réseau.

MANAGER E-MARKETING, LABORATOIRES GROUPE PC S.A., PARIS - NOVEMBRE 2011 À MARS 2016

- Création et pilotage d'un site e-commerce D2C générant 1,5 M€ en 18 mois dans un **environnement de santé réglementé**.
- Augmentation de l'engagement B2B de +65 % grâce au e-learning et à des programmes digitaux pour les professionnels de santé.

MANAGER MARKETING INTERACTIVE, AFM TÉLÉTHON, PARIS - SEPTEMBRE 2008 À SEPTEMBRE 2011

- Contribution à la stratégie digitale nationale du Téléthon pour soutenir les temps forts TV, la collecte et la mobilisation des familles et bénévoles. Création et lancement du Défithon, avec une cible jeunes et familles.

MANAGER MARKETING, RX FRANCE, PARIS - SEPTEMBRE 2007 À OCTOBRE 2008

- Marketing pour de grands salons B2B, avec campagnes intégrées digitales, relations presse et événements pour recruter visiteurs et exposants.

FORMATION

MBA, Marketing et Publicité - INSEEC Paris, France - 2007.

Master Recherche (DEA) Psychologie cognitive - Université Haute Bretagne II, France - 2006.

Certificat en Design Thinking - Future Academy - 2021.

COMPÉTENCES CLÉS

- **Stratégie et offres** : Analyse de marché, segmentation et ciblage, **positionnement des marques et des offres** sur plusieurs lignes d'activité (software, services, projets), construction de propositions de valeur, politique tarifaire et stratégies go-to-market pour des solutions B2B industrielles.
- **Growth marketing et génération de leads** : Pilotage des tunnels de conversion B2B et B2B2C (acquisition, activation, rétention), SEO, SEA, social ads, affiliation, campagnes emailing, CRM et marketing automation, ABM, optimisation des formulaires et landing pages, **développement de marketplaces et de parcours D2C**.
- **MarTech et data** : Gestion des sites, du CRM et des outils de marketing automation, attribution multi-touch, tableaux de bord et prévisionnels, utilisation de Power BI et Google Analytics pour piloter pipe, CAC, taux de conversion et rétention, **intégration de l'IA dans l'analyse et le ciblage**, respect des exigences réglementaires et sanitaires, RGPD...
- **Leadership** : Construction d'équipes engagées et exigeantes, climat de sécurité psychologique, usage des sciences cognitives et comportementales pour **structurer feedback, coaching et expérimentation**, management d'équipes marketing et SDR et alignement marketing, ventes, produit et customer success autour d'indicateurs partagés.

LANGUES

Français et luxembourgeois : langue maternelle

Anglais : C1, usage professionnel courant

Allemand : B2, usage professionnel

Italien : B1, niveau intermédiaire

ENGAGEMENTS

MENTOR, DEMA1N.ORG

- Accompagnement de jeunes sur leurs CV, profils LinkedIn et choix d'orientation. Animation d'ateliers sur le marketing digital et les outils IA pour les aider à trouver stages et premiers emplois.

CONSEIL STRATÉGIQUE, ATELIER SAPI

- Conseil sur le positionnement de marque et la stratégie de lancement d'une marque premium de luminaires et design.
- Structuration du pipeline B2B et de l'acquisition digitale, avec des ventes réalisées auprès d'architectes et de revendeurs.