

1

Compétences en matière de communication et SI

Dans les secteurs du luxe, de l'automobile et de la finance

2

L'expérience du suivi de projets marketing

Créer, briefier, analyser, travailler à l'international, être force de proposition...

3

Dynamisme et force de proposition

Qualités nécessaires à ce métier

PARCOURS

DOMAINES DE RESPONSABILITES

RESULTATS

2009

**Allsmarts'
PARIS**

Chef de projet événementiel

- o Organiser des événements networking
- o Créer des supports de communication
- o Réfléchir à la stratégie d'entreprise
- o Buzzer sur Internet

Organisation de soirées
 Networking à Paris
 Participation au salon Heavent de Deauville
 Création de plaquettes

2008 - 2009

**PSA Peugeot Citroën
PARIS**

**Chargée de
communication SI –
Marketing des Services**

- o Elaborer de nouveaux outils de communication pour le réseau Citroën, filiales et importateurs.
- o Alimenter les outils déjà existants.
- o Suivre les projets : briefs, retouches, traductions, BAT...
- o Animer le Portail Citroën Service : site dédié aux professionnels du réseau Citroën.

Création de guides et de dépliants à destination des garages
 Création de CD « compte rendu de séminaire ».
 Création d'un classeur virtuel

Développement d'animations web avec une agence

Suivi et/ou création de news interne (FR et GB)

2006-2007

**CHAUMET (Groupe
LVMH)
PARIS**

**Chef de projet
Edition/Publicité
/Internet**

- o Elaborer et développer les outils de communication monde.
- o Participer aux shootings catalogue.
- o Suivre les projets publicitaires, gérer les envois aux filiales.
- o Briefier les agences.
- o Suivre les budgets communication.
- o Rapporter les statistiques du site web.
- o Etudier la concurrence.

Création du catalogue produit 2007-2008
 Création de cartons d'invitation
 Création d'animations web
 Création des publicités 2007
 Participation aux dossiers de presse de la marque.

Elaboration des boards concurrence : publicités joaillerie/horlogerie de 2000 à 2007 et tendances mode 2007

2006

**EURONEXT
PARIS**

Assistante marketing

- o Réfléchir à de nouvelles plaquettes corporate et produits.
- o Participer au brainstorming publicitaire.
- o Réaliser une enquête sur les sites Internet des sociétés cotées.

Création de nouvelles plaquettes à destination des commerciaux

Elaboration, dépouille et analyse d'une enquête sur la qualité des sites Investisseurs des sociétés cotées européennes

FORMATION BAC + 5

♦ **2007 : MBA Marketing et Publicité – ESG Paris**

♦ **2002-2006** : Ecole de management Léonard de Vinci (Paris - La Défense) - Spécialisation Conseil Marketing

♦ **2002** : Baccalauréat Economique et Social – Lycée Richelieu (Rueil-Malmaison)

♦ **Langues :**

- Anglais courant – **Score TOEIC : 820**

- Espagnol courant (Stage à Madrid durant 3 mois)

♦ **Compétences informatiques :**

- Office

- SAP

- Microsoft Project