

PROUST Pascale

FORMATRICE

Marketing et Développements

COMPETENCES**Organisation et Gestion de Projet :**

- Maîtrise d'ouvrage, pilotage, conduite du changement.

Stratégie commerciale et marketing :

- Conception cross canal, budget, ressources, PMT.

Marketing produits et marques :

- Lancement produit, veille.

Marketing relationnel :

- Bases de données clients, segmentation, CRM, outils de communication, médias sociaux.

E-commerce et marketing opérationnel :

- Politique commerciale et marketing, plan opérationnel, outils de mesure du rendement.

Management :

- Collaborateurs, cadres techniques et commerciaux.

Informatique :

- SugarCRM, Dolibarr, InesCRM, Sellsy, Campaign Commander (emailVision), Neolane, Gescom (cegid), EBP Gestion commercial et facturation, Sphinx, Timecard, Gantt Project, Plateforme de dialogue Feedback 2.0
- Logiciels statistiques et tracking : SAS, AT Internet (xiti), google analytics.

FORMATIONS INITIALES ET CONTINUES

- 2005 :** Formation à la Gestion de Projet et à la Gestion du Changement (3 jours)
- 1988 :** Diplôme Universitaire de Formation à l'Administration et à la Gestion des Entreprise (BAC+3), option Economie Sociale (ISEUP Marketing-Gestion – IAE de Poitiers)
- 1987 :** Certificat Européen Anglais des Affaires (CCI de Niort)
- 1985 :** Baccalauréat B

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

Fév 2013

A ce jour :

**PAPRIKA MARKETING – Conseil Marketing
GERANTE - <http://www.paprika-marketing.fr>**

Accompagner les entreprises dans leurs problématiques de développement commercial et marketing en partant de l'analyse des clients, Mise en place d'outil de CRM, de gestion commerciale, de plans d'actions, Formation.

Sept 2005

**A Sept 2012 : ROMARIC – Plateformes d'avantages – 13 salariés
RESPONSABLE WEB, MARKETING ET SYSTEMES D'INFORMATION
Etroite collaboration avec le PDG – Management de 6 personnes**

Auditer la performance commerciale de l'entreprise en mettant en place les études de rentabilité et les indicateurs clés suivi fournisseurs et clients. Mettre en place et tenir un reporting mensuel vers les actionnaires. Superviser et organiser l'activité e-commerce, les sites web et la relation clientèle sur les différents canaux. Concevoir et mettre en œuvre un marketing client avec un plan commercial. Piloter les projets de clubs d'avantages en marque blanche et le projet de nouvelle marque. Piloter le projet de refonte des sites Internet (socle technique, administration, ergonomie). Construire l'architecture du système d'information et conduire tous les projets informatiques.

Fev 2001

A Sept 2005

**CAMIF PARTICULIERS – Chef de Groupe Marketing Opérationnel
Management de 12 personnes – Budget en responsabilité 100 M€**

Dans un contexte de redressement économique, décliner la stratégie en plans fichiers et commerciaux. Concevoir le contenu des opérations commerciales produits et services. Orchestrer la réalisation du plan en fidélisation et en prospection sur les différents canaux de vente (Internet, courrier, téléphone, magasin). Imaginer une politique volontariste de recrutement et d'outils d'animation de fichier.

Sept 1998

A Fév 2001

**CAMIF COLLECTIVITES - Acheteur Chef de Produit
Management de 3 personnes**

Prendre en charge successivement 3 secteurs produits : plans de gamme, achat, approvisionnement, chiffre d'affaires, marge, merchandising catalogue et animation des forces de vente. Repositionner les secteurs didactiques et sport, notamment dans le cadre du rachat d'un concurrent. Lancer une activité de consommables d'hygiène et d'entretien.

Juillet 1992

A Sept 1998 CAMIF – Chargée de Clientèle Communication Commerciale et Institutionnelle

A partir des plans commerciaux de directions ou filiales CAMIF, organiser et coordonner la réalisation des opérations commerciales et de communication avec l'agence interne ou des prestataires extérieurs.

Juin 1989

A Juillet 1992 CAMIF –TELE OPERATEUR

Avril

Déc 1988 PROTEAUX SA – CHARGEE DE LA COMPTABILITE CLIENTS