Bertrand Jouvenot
06 24 63 51 71
bertrand@jouvenot.com
www.jouvenot.com

Depuis 2010 **LES BRIGADES DU MARKETING** **Fondateur**
Activité de conseil aux entreprises

Exemples de missions

Dior	Conception et production d'un programme mondial d'e-learning sur le thème du digital (Prix 2019 de l'ANDRH)
Sanofi	Coaching du directeur de la transformation digitale dans le cadre de la construction du plan stratégique de la filiale turque. Evaluation de la maturité digitale des équipes de ventes.
Bouygues	Benchmark des stratégies digitales du secteur pour le CDO
Nuxe	Réorganisation du service client
Morgan	Refonte du programme de fidélité
D & B	Génération d'idées de nouvelles plateformes digitales
Carlotti	Stratégie et développement de marque (lunettes de luxe)
Uvet	Définition de la stratégie marketing (voyage d'affaires)
IEIF	Mise en place d'une solution de CRM (immobilier BtoB)
Pierrepapier	Coaching du fondateur et conseil éditorial (média en ligne)

Ecriture de livres professionnels (traduits en Chinois, Coréen, Japonais, Brésilien)

Blogging (+100 K lecteurs/an) et publication de tribunes dans Le Monde, Les Echos, JDN, Forbes, Harvard Business Review, Stratégies…

Keynotes (devant +800 auditeurs) : DCF, EFH…

Enseignement : cours de marketing ISG, IFM, ISAL

2015-2017 **ALTARES** **Chief Digital Officer** (Manager de transition)
Leader mondial de l'information financière BtoB, 118 M€, 420 personnes en Europe, rattaché au PDG

- Management transverse (15 personnes), 2 M€ de budget
- Participation à la définition de la stratégie digitale de l'entreprise
- Mise en place de méthodes agiles (design thinking, scrum) avec Xebia
- Participation au lancement de 3 plateformes de collecte de data (duns4LEI, Adminiz, Let It Buy) et 1 POC en data viz (Toucan Toco)
- Construction des budgets digitaux et de la stratégie e-marketing (analytics, A/B testing, paid-own-earned media…) avec FrenchWeb, Brandsonic...
- Déploiement de la marque corporate sur les réseaux sociaux (création d'une social room, organisation de la curationet de l'employee advocacy)
- Accompagnement du LBO (business model assessment, pitch investor…)

Compétences

Marketing communication

Stratégie marketing, Plan marketing, Marque, Positionnement, Nouveaux produits, Go to market, Etudes, CRM, Relail marketing

Digital

Méthodes agiles, IA, SEO, SEA, SEM, Social Media, CRM, Data, e-Commerce, Start-up

Distribution

Retail, Wholesale, Franchises, e--Commerce, VAD, marketplace

Innovation
Design Thinking, Stakeholders Map, Customer Journey Map, Empathy Map, Personas, 5 Whys

Stratégie d'entreprise
business model canvas, pivot, 7S, Meta Plan, OKRs

Management
Opérationnel, transverse, agile, international

International
USA, Asie (Chine, Japon), Europe

2012-2013 **PIXMANIA** **Program Manager** (Manager de transition)
Site marchand, 850 M€, 1200 personnes

- Constitution d'une nouvelle gouvernance
- Réorganisation du Product Ownership
- Supervision du delivery en mode agile (scrum) de 12 projets

2008-2009 **CERRUTI** **Chief Marketing Officer**
Turn around en vue de réveiller la marque iconique de la mode masculine, 20 M€, 70 personnes, membre du board

- Management direct (5 personnes), 3,5 M€ de budget.
- Edition & publicité : Pitch et sélection d'une agence de communication (BETC Luxe). Développement d'une nouvelle campagne de publicité mondiale
- Retail : Leader du projet de refonte architecturale du flagship historique de la place de la Madeleine par Christian Biecher. Pilotage de l'ouverture de boutiques Cerruti 1881 à Genève, Rabat et Sofia.
- Relation presse & events : défilés à Paris lors de la fashion week masculine

2004-2007 **CELIO** **Directeur Marketing et Digital**
500 M€, 2000 personnes, 500 magasins en France, Italie, Espagne, Belgique

- Management direct (4 personnes), 1,2 M€ de budget
- Génération de 26 M€ de CA par an. Multiplication par 5 de l'audience des sites. Collecte de 1,2 million de profils en base de données. Prix Phoenix UDA 2006 et Grand Prix Stratégies 2006.
- Création du département e-Marketing : Lancement du nouveau site de la marque en 5 langues (Digitas), gonflement des bases de données Celio (postale, e-mail et marketing mobile), mise en place de la CRM (ETO), routage de 26 millions d'e-mails par an (Smart Focus), création du Tremplin des créateurs, lancement du blog de Celio.
- Réorganisation du marketing clients : Priorisation des leviers de ROI. Montage de 40 plans media à l'occasion d'ouvertures de magasins (total covering, ISA, annonces radio avec Carat Local, création d'évènements comme les Shoppenboys). Lancement d'une carte cadeau. Organisation de 2 ventes privées par an dans 4 pays. Mise en place de 10 partenariats commerciaux.
- Mise en place du service études clients : 2 vagues par an de visites mystères dans 4 pays avec Présence. 4 relevés d'assortiments et de prix par an dans 4 pays avec SAD Marketing. Gestion du panel consommateurs TNS Secodip. Réalisation d'études qualitatives (validation d'un nouveau concept magasin en Italie, une étude de perception de la marque en Italie) avec Lexis Ricerche. Coordination d'un brand equity de la marque Celio avec Innovacorp.

2000-2004 **KERING** (ex PPR) **Responsable e-Commerce**
1 milliard€, 2500 personnes, 7 enseignes, rattaché au DG

- Management transverse (35 personnes), 2 M€ de budget
- Multiplication du CA Internet de la division par plus de 400% : 80 M€ de CA web, soit 8% du CA global de la division.
- Définition de la stratégie e-Commerce de la division enseignes spécialisées (Vertbaudet, Somewhere, Cyrillus, LMDV, Daxon, Edmée, Celaïa).
- Constitution d'une équipe de 4 e-Commerce Manager.
- Lancement de 12 nouveaux sites e-commerce à travers le monde (nurum, internence), pilotage des programmes de fidélisation et d'acquisition, coordination d'actions marketing on et off-line.
- Management d'un projet de convergence des plateformes e-commerce (Microsoft Commerce Server) et réduction de 25% des coûts.
- Pilotage de l'activité e-commerce : mise en place de process, de reporting, de comptes d'exploitation e-commerce…

1998–2000 **ALCATEL** **Chef de Produit Marketing**
30 milliard €, 160 000 personnes, contexte de création d'une BU

- Management transverse (45 personnes), 2 M€ de budget
- Lancement du tout premier Webphone en Allemagne, en Autriche et en Hollande.
- Etude des marchés, élaboration du mix-marketing, définition des fonctionnalités produits.
- Sales support aux country managers et aux KAM des pays : UK, Allemagne, Autriche, Hollande, Suisse…
- Commercialisation grâce à un nouveau business model
- Coordination et animation transverse des équipes, publicités, presse, trade marketing du siège et des pays (Europe).

1996-1998 **CLUB-INTERNET** **Chef de Produit e-Commerce**
250 personnes, FAI de Grolier Interactive (start up du groupe Lagardère)

- Management transverse (5 personnes)
- Lancement de l'espace shopping de Club-Internet, l'une des premières marketplaces.
- Construction de l'offre aux marchands
- Définition du business model et de la stratégie marketing de l'e-store.
- Recrutement de 20 marques françaises (Fnac, 3 Suisses) et de 30 marques US.
- Pilotage du projet d'ouverture de l'e-store.
- Trafic management (e-store management, display, e-mailing, SEM, CRM…).

FORMATION

Online Master AI & Innovation	2023	Founderz / Microsoft
EXECUTIVE MBA	2006-2007	IFM (New York, Hong Kong, Paris)
DESS Marketing	1995-1996	Université Paris I - Panthéon Sorbonne
MST Commerce International	1993-1995	Université Paris I - Panthéon Sorbonne

LANGUES

Anglais	Courant - TOEFL : 650/800