

E-Commerce et Marketing digital



Nadège LEROY
+33 6 03 37 07 82

nadegeleroy@hotmail.com

[Linkedin/in/nadegeleroy](https://www.linkedin.com/in/nadegeleroy)

Paris 15ème

Anglais courant C1

Compétences

- Capacité d'adaptation au secteur, adhésion à la culture d'entreprise
- Management d'équipe

Marketing digital :

- Stratégie BtoC / BtoB
- Optimisation des leviers d'acquisition : SEA, SEO
- Gestion CRM/E-mailing
- Social marketing
- Suivi de la performance (KPIs)

Conduite du changement

- Management transversal
- Accompagnement des équipes

Outils

- Acquisition : Google Ads, Meta Ads
- Analytics : GA4, Looker studio, Tag Manager
- CRM : Salesforce
- E-mailing : SendinBlue, MailChimp
- CMS : Magento, WordPress, Prestashop
- RGPD : Didomi, CookieBot

Formation

- INSEEC Bordeaux - Diplômée en 1999 - Marketing
- BERKELEY University (Summer Session)

FORMATIONS

VISIPLUS ACADEMY, OPENCLASSROOMS, LINKEDIN

Depuis Sept. 2024

- Utiliser l'IA pour le marketing digital (Chat GPT, Copilot)
- Manager une équipe de proximité
- Concevoir et piloter une stratégie CRM
- Gérer vos relations client grâce au CRM

SECTA AUTOSUR - Contrôle Technique Automobile - 15M€ - 70 salariés

RESPONSABLE MARKET DIGITAL ET COMMUNICATION Sept. 2023 à Juin 2024

Définition et mise en œuvre d'une stratégie marketing digital

- Définir et piloter la stratégie digitale BtoC : acquisition (SEO, SEA, Social Marketing, Display), conversion, fidélisation
- Gérer le CRM : définir les critères de ciblage, segmenter les BDD, créer et gérer les campagnes, analyser les résultats
- Lancer et piloter le marketing d'influence
- Optimiser le SEO : de la 7ème à la 5ème position sur la 1ère page Google
- Réviser les campagnes SEA : coût d'acquisition divisé par 2
- Créer des reportings pour le marketing international et la direction
- Gérer une équipe de 3 personnes et piloter 4 prestataires

ALTICE CORIOLIS TELECOM - Opérateur Télécom - 250M€ - 350 salariés

RESP. E-COMMERCE ET MARKETING DIGITAL

Mars 2020 à Juil. 2023

SITE BtoC : Hausse des ventes e-commerce (25%/an en moyenne)

- **Définir et mettre en œuvre une stratégie de ventes e-commerce et de génération de leads :**
 - Baisse du coût d'acquisition de 20% après révision campagnes SEA
 - Augmentation du taux de conversion de 50% suite à l'amélioration de l'expérience client
 - Baisse du coût variable de l'affiliation après négociations et optimisations des campagnes
 - Nette optimisation générale du ROI
- Analyser les données, mettre en place les KPIs et reportings
- Lancer et piloter la refonte du site : appel d'offres, rédaction du cahier des charges, suivi de projet et intervenants, recettes et mise en ligne
- Gérer une équipe de 2 personnes et piloter 6 prestataires

SITE BtoB : Génération de leads qualifiés

- Optimiser le SEO et le SEA pour réduire le coût d'acquisition par lead
- Faire évoluer le site pour augmenter le nombre et la qualité des leads

LE VINGT-DEUX – Caviste - 400K€ - 2 salariés

RESPONSABLE E-COMMERCE ET MARKETING DIGITAL

Mars 2019 à Fév. 2020

Mise en place du marketing digital et hausse des ventes omnicanales

- Refondre le back office du site e-commerce
- Mettre en place et développer le CA marketplaces
- Optimiser les leviers d'acquisition : SEO, SEA, E-mailing, Blog

DAPE - Agence Marketing Digital - 80K€

DIRECTRICE ET FONDATRICE

2007 à 2018

Réaliser les actions de marketing digital externalisées par les clients

- Gérer les projets web/E-commerce pour PME (industrie du vin, édition)
- Piloter les prestataires et les freelances
- Gérer le Social Marketing (Facebook, Weibo, WeChat, LinkedIn, etc.)