



+13ans en Digital Marketing | Média | CRM | E-commerce | Advertising | Data |
Certifiée Salesforce Platform Administrator & Scrum Product Owner

FATOUMATA HAÏDARA

MÉDIA, MARKETPLACE & E-COMMERCE

À PROPOS

✉ fatoumata.haidara-pro@hotmail.fr

🌐 LinkedIn: fatoumata-haidara-
b09baa29/

☎ +33 6 27 23 73 17

COMPÉTENCES CLÉS

Outils Data & Analytics Salesforce,
Power BI, Google Analytics, Metabase,
Mailchimp

Gestion de Projet Spécifications,
Roadmap, Modélisation (Heflo),
Animation, Suivi des livrables,
Agile/Scrum

Digital Marketing Paid Média, Média
Planning, Acquisition, Performance
Omnicanale, CRM

Développement Web SQL, HTML 5,
Low/NoCode (Bolt.new), Javascript,
Github

CERTIFICATIONS

2025 Certified Administrator
SalesForce

2025 Certified PSPO1 Scrum.org

2024 Cybersecurity Professional
Certificate Google

2023 Certified Project Management
IBM

EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

Head of Marketplace & Brands Partnership De 2024 à 2025

HAPPYPAL SAAS Marketplace Paris

- Co-construction de la stratégie marketing avec l'équipe commerciale
- Pilotage de la stratégie marketplace pour dynamiser l'acquisition
- Migration CRM HubSpot vers Salesforce : structuration des données, qualité et fiabilité
- Mise en place de dashboards de suivi commercial et marketing (Salesforce, Metabase)
- Analyse des performances & KPIs (GMV, COM, ARR, CAC, LTV, taux d'activation users)
- Coordination en mode Agile avec Notion, Jira et Confluence

Directrice de Clientèle Plurimédia 2024

ONE L'OREAL - PUBLICIS MEDIA Paris

- Gestion d'un budget média de plusieurs millions d'euros division L'Oréal Professionnel
- Élaboration et mise en œuvre d'une stratégie média omnicanale (online & offline), couvrant l'ensemble du full funnel marketing, de la notoriété à la conversion:
- TV & Sponso TV (ciblage d'audience, Prime, Access, Peak, CGRP, DPA, affinité), SVOD (Netflix, Disney+, Prime), Presse & OPS (CMI, GMC, Figaro, Reworld, Prisma : insertions, échantillons, codes promo...), Affichage (OOH & DOOH), Radio & Podcast, Social Media & Influence (Meta, TikTok, Snap), Google (YouTube, Search), Retail média (Amazon Prime, Fnac/Darty)...etc
- Analyse et optimisation de la performance du mix média via l'analyse de KPIs (ROAS, ROI, Reach, GRP, Trafic, Engagement, Conversion)
- Suivi et restitution d'insights pour orienter les décisions stratégiques

Head of Advertising - Brand Manager De 2021 à 2024

JUMIA GROUP Marketplace Dakar

Category Management

- Gestion des catégories FMCG, Beauty & Fashion générant un P&L de +4M\$ annuel (Adidas, Décathlon, L'Oréal Paris, Mixa, Topicrem, etc.)
- Prospection et négociation de contrats: assortiment, tarification, remises, commission, prévisions des ventes & stocks, contribution marketing
- Négociation des commissions: +5 pts de marge sur les catégories Beauty & FMCG
- Expansion grâce à l'acquisition de plus de +1k nouvelles références sur +6K SKUs
- Planification Commerciales Tier 1: Black Friday, Back to School, Tech Week
- Monitoring des KPI de performances (GMV, NMV, Traffic, Ventes, Conversion, Marge)
- Optimisation du WebMerchandising (Ventes Flash, BOGOF, Free Shipping)
- Conception et gestion de dashboards analytiques (Power BI, Salesforce, Excel avancé)

Advertising

- Gestion et Relation clientèle d'un portefeuille institutionnel : Orange, Free, MTN, Espresso, Orange Money, Wave, Canal+, Samsung, L'Oréal, Société Général...etc
- Partenariats avec les agences leaders, augmentant les revenus publicitaires de +30 % : Negomedia, Havas Africa, McCann Africa
- Recommandation stratégique et pilotage de campagnes omnicanales innovantes
- Planification média: TV, Radio, Affichage, Paid Online Media Meta, Google Ads...etc
- Etablissement et monitoring des KPI des campagnes publicitaires digital

Chargée d'Acquisition Digitale 2019

CHANTELLE LINGERIE GROUP Paris

- Gestion des marques phares Darjeeling, Chantelle, Passionata et Orcanta
- Animation commerciale en ligne et lancement de collections
- Implémentation du e-Shop Amazon avec l'agence Krooga: +50 % de croissance des ventes web vs N-1
- Pilotage des campagnes performances Paid Media avec l'agence média (SEA, SOME, CRM, affiliation, drive-to-store, Amazon Ads)
- Analyse des données et optimisation web du parcours client
- Mise en place du tracking multi-attribution via Mazeberry

FORMATIONS

2012 Master 2 E Business - Digital Marketing Strategy Ecole De Management Léonard De Vinci - Paris La Défense

LANGUES

Français Natif

Anglais C1

FORCES

Esprit Analytique

Resilience

Problem Solving

CENTRES D'INTÉRÊT

Globetrotteuse

Jeux de Société

Cuisine du Monde

RÉFÉRENCES

Francoise Tang

VP Operation Europe, Publicis Media - Unlimitail

Mohamed Hapté Sow

CEO West Africa, Heetch

EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

Chef de Projet Pub Digital De 2016 à 2019

BIG SUCCESS Paris

- Gestion de projets digitaux d'envergure (2M€/an) pour des marques telles que Laboratoire Cooper (Vitascorbol), Menarini (Prostamol), Mont Roucoux, Brioche Pasquier avec pilotage global de la transformation digitale
- Recommandation stratégique et pilotage de campagnes pluri-média full funnel de la notoriété à la conversion avec des stratégies digitales orientées acquisition, fidélisation et CRM, alliant marketing automation et performance omnicanale (Google Ads, Facebook Ads, Amazon Advertising, Presse digitale...etc)
- Optimisation continue des performances digitales, avec suivi des KPIs clés (trafic, email, conversion, engagement) pour maximiser la performance et ROI
- Conception et suivi de dashboards analytiques pour mesurer la performance et fournir des recommandations basées sur les données
- Mise en place et optimisation des process Agile/Scrum

Digital Performance Account Manager De 2013 à 2016

PUBLICIS MEDIA Paris

- Gestion des budgets marketing digital de +5M€/an pour des comptes stratégiques tels que Samsung, L'Oréal Paris ou Mercedes-Benz, avec un focus sur la performance
- Recommandation de plans médias et définition des KPIs clés pour piloter les campagnes en alignement avec les objectif de performance : Traffic, Leads Gen, Drive to Store, CRM
- Pilotage de campagnes full funnel data-driven avec suivi en temps réel de la performance et des conversions
- Segmentation avancée des audiences et intégrations technologiques (Critéo, Meta, Google Ads) pour maximiser la personnalisation et le reach
- Embasing et enrichissement Data CRM : génération de leads, data matching et qualification
- Analyse des performances et optimisation ROIste via dashboards dynamiques, modèles d'attribution et activation des insights sur tous les leviers