

JADE VU

Etudiante à Paris Dauphine

Mobilité internationale

Anglais courant

jadevu@hotmail.fr

13/03/1989

9 avenue Carnot 75017 Paris

+33 6 69 90 44 63

Stage de fin d'études
Assistante Chef de produit
Disponibilité Juin 2014



EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

2013 (6 mois)



CHEF DE PUBLICITÉ JUNIOR

BETC Paris (2^{ème} agence la plus créative au monde, *Gunn Report 2012*)

Budgets : Blédina, Blédichef, Blédilait, Gallia, La Française des Jeux (illiko)

- Réflexion stratégique autour de la problématique de marque Blédina : réassurance sur la qualité, la sécurité et la composition des produits à travers la transparence de l'entreprise, afin de revaloriser son image et restaurer la confiance et la légitimité du babyfood. Campagne corporate « parents-témoins Blédina » sortie en Octobre 2013
- Gestion autonome de projets en relation directe avec l'interne (création, production, juridique) et le client au quotidien : tags TV Blédilait et Blédichef, bannière web Gallia, opération promotionnelle 360° Gallia, préparation de focus groupes
- Suivi stratégique et gestion opérationnelle de 2 campagnes TV illiko « Astro Star » et « Tac O Tac » et d'une annonce presse « Astro » parue dans Closer
- Participation à la BETC Academy : réponse au brief d'Ubisoft pour la sortie de leur nouveau jeu vidéo

2012 (6 mois)



CHEF DE PROJET MARKETING ET COMMUNICATION

Lilibricole (start-up française de 5 salariés, 500 000€ de chiffre d'affaires, cours de bricolage et décoration pour femmes)

- Développement et lancement d'un nouveau cours spécial célibataires baptisé « Clou de foudre » et d'un cours de coaching déco à domicile
- Création de PLV, mise en place de nouveaux onglets et rubriques sur le site Internet, gestion de la page Facebook Lilibricole
- Relations presse (France 3, Canal+, D8, Le Parisien, Elle) & relations clients à l'atelier Lilibricole
- Développement et suivi de 4 partenariats (Pastas Party, Nature&Découvertes, Wonderbox, Dakotabox)
- Préparation et mise en place de la participation de Lilibricole au Salon Créations & Savoir-Faire

EXPÉRIENCES NON PROFESSIONNELLES

2012



L'ORÉAL BRANDSTORM, compétition marketing internationale

Quel nouveau produit iconique pour The Body Shop? Proposition d'une gamme « Oh! » à base d'oxygène et positionnée sur la liberté d'expression et l'affirmation de soi.

2012



CHALLENGE AUCHAN, compétition nationale – équipe finaliste

Comment construire une image-prix leader pour Auchan Vélizy? Proposition d'une opération événementielle baptisée « Ça, on jette! » invitant les consommateurs à « jeter » les produits qu'ils jugent trop chers dans des poubelles spéciales en magasin et appliquant ensuite des promotions sur les 10 produits les plus « jetés ».

FORMATION

2008-2013

UNIVERSITÉ PARIS DAUPHINE

Master 204 Marketing / Master 1 Marketing et Stratégie, mention Bien / Licence Droit et Gestion / DEGEAD (Diplôme d'Établissement de Gestion et d'Économie Appliquée de Dauphine) & CEJ (Certificat d'Études Juridiques)

2007

NOTRE DAME DE SAINTE CROIX DE NEUILLY

Baccalauréat ES, spécialité Mathématiques, mention Bien

LANGUES

Anglais : courant (TOEIC : **980**/990 ; TOEFL : **111**/120)

Espagnol : intermédiaire

Pack Office (Power Point, Excel, Word), SPSS, JMP

CENTRES D'INTÉRÊT

Voyages : Inde, Viet Nam, Thaïlande, Cambodge, Hongrie, Croatie, Slovénie, Angleterre, Etats-Unis...

Musique : 8 ans de solfège, pratique de 2 instruments (piano depuis 8 ans et guitare depuis 2 ans)