



## ETAT CIVIL

Née le 10 Mai 1991  
Célibataire  
Permis de conduire B  
Mobilité internationale

## COORDONNEES

lefrso@gmail.com  
Tel: 06 50 95 09 42  
Paris 75 017

## ATOUS

- Adaptabilité
- Rigueur
- Sens de l'organisation

## INFORMATIQUE

Microsoft PowerPoint,  
Excel, Word, Nielsen,  
SAS, SPSS, Generix  
(GCE)

## LANGUES

### Anglais : courant

- TOEIC : 880
- 3 séjours linguistiques  
USA et Australie

### Espagnol : courant

Echange en 2011/2012

## EXPATRIATION

Lycées Français :

- Madrid (2 ans)
- Athènes (1an)


## INTERETS


Danse, voyages (Japon,  
Corée, Russie, USA,  
Australie, etc.)


## FORMATION


- 2009/2015** **Université Paris-Dauphine, Paris Sciences et Lettres (PSL★)**  
Master 2 Marketing et Stratégie (204), spécialité Chef de produit et Etudes marketing
- 2011/2012** **Université Pablo de Olavide de Séville** : Echange académique
- 2010** **University of California, Los Angeles (UCLA)** : Summer School
- 2008/2009** **Lycée Catholique Levassieur, Saint-Denis de la Réunion**  
Baccalauréat ES, Maths, section Européenne Espagnol, mention Très Bien


## EXPERIENCES PROFESSIONNELLES


- 2015** **Nestlé, Paris : Assistant Responsables Marketing Enseignes (RME)**  
(Juin/Décembre) - Rattachée aux RME Carrefour & Provera et Auchan & Système U, mise en œuvre des Business Plan Enseigne (assortiments, promotion, merchandising, e-commerce et marketing direct) et participation à la réalisation du plan promotion (réponse aux appels d'offre, création des campagnes, analyses et bilans de l'efficacité promotionnelle)
-  **Nestlé**  
Good Food, Good Life
- Analyse de panels Nielsen et revues de marché en vue de rendez-vous clients
  - Interface avec la force de vente
  - Gestion en autonomie des temps forts en trade

- 2015** **Unibail-Rodamco, Paris : Chargé d'Etude Marketing**  
(Janvier/Juin) Leader européen de l'immobilier commercial  
Mission rattachée au Directeur du Centre Commercial des Quatre Temps & du CNIT, La Défense : étude de la stratégie à adopter pour renforcer la fréquentation du Centre des Quatre Temps (46 millions de visiteurs par an)
- 

- 2014** **Catalina Marketing, Paris : Assistant Marketing et Commercial**  
(Janvier/Juillet) - Mise en place, aux niveaux national et local, des opérations promotionnelles et de fidélisation: gestion du projet de la prise de brief à l'évaluation de la performance de l'opération et sa présentation au client
- 
- Optimisation de la relation commerciale par le conseil et la recommandation d'actions sur-mesure à mettre en place

- 2013** **La Grande Récré, Paris : Assistant Category Manager**  
(Juin/Décembre) - Participation à l'élaboration et au développement de la Business Unit « Travel Stores, Pop Up Stores & Partenariats», avec TOTAL comme principal partenaire
- 
- Création des plans de collection (définition de l'offre produits, réalisation des plans merchandising, détermination des prix de vente)
  - Gestion de la relation commerciale BtoB
  - Analyse des ventes, gestion des stocks et traitement des commandes clients sur Generix

- 2012** **L'Oréal France, région Centre : Responsable de secteur (CDD)**  
(Juin/Août) - Gestionnaire maquillage des marques L'Oréal Paris, Gemey Maybelline et Essie pour les régions Centre, Limousin et Poitou-Charentes
- 
- Gestion d'un portefeuille de 60 magasins multi-format (GMS et distribution spécialisée)
  - Gestion de la relation commerciale avec les chefs de rayons (présentation des nouveautés, organisation du linéaire, mise en œuvre du plan merchandising, commandes, suivi de l'approvisionnement, mise en valeur des produits, reporting hebdomadaire) et conseil aux clients

- 2011** **Mediatime, Toulouse : Chargé d'Etudes pour l'international**  
(Juin/Juillet) Editeur de logiciels, spécialisé dans le digital et le cloud computing
- 
- Etude de faisabilité sur la création d'un réseau de 15 VIE pour animer 51 distributeurs pays
  - Etude de coûts (recrutement, protection sociale, budget de fonctionnement, frais de séjour et de déplacement, appréhension du contexte géopolitique...)

## EXPERIENCES COMPLEMENTAIRES

- 2012/2013** **Brandstorm l'Oréal et Challenge Auchan 2013** (finaliste Paris-Dauphine)  
**Mémoire** : Dans quelle mesure le Drive modifie-t-il le comportement d'achat des clients vis-à-vis des commerces de proximité ?
- 2009/2015** **Buddy Programme Université Paris Dauphine**  
Encadrement et accompagnement d'étudiants étrangers lors de leur arrivée en France