

Daphné FERRÉ

25 rue Saint Louis

17 000 La Rochelle

daphne.quenotferre@gmail.com

06 23 60 29 85

30 ans

Chef de marque confirmée

MARKETING STRATEGIQUE

DEVELOPPEMENT DES VENTES

AMPLIFICATION DIGITALE

ENVIRONNEMENT INTERNATIONAL



EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

2016 – 2019
(3 ans)

CÎROC Ultra Premium Vodka (MAISON VILLEVERT) – Département Marketing France *Cognac*
Chef de marque confirmée (1 000 clients, CHR, grossistes, cavistes, épicerie fines, boutiques)

Lancement de la distribution en France de la marque Cîroc pour le groupe Diageo (n°1 mondial des spiritueux)
Management direct d'une chef de produit junior

Marketing stratégique

- Elaboration du business plan de la marque sur 5 ans et validation par le groupe Diageo
- Pilotage du plus gros budget marketing A&P : x 4 vs autres marques du portefeuille
- Reporting mensuel suivi KPI ventes et marketing, présentation bi annuelle et annuelle à la DG Diageo

Trade Marketing

- Dépassement forecast sell-out : +3% en année 1, +11% en année 2
- Lancement de séries limitées sur le marché et activations marketing : 5 innovations / an
- Accompagnement terrain chez les clients pour validation des actions commerciales

Marketing digital / Influence

- Adaptation de la plateforme internationale pour le marché français (Loi Evin) : nomination de la France par Diageo pour le contenu des réseaux sociaux et le très bon taux d'engagement des fans
- Pilotage d'agences RP : 35K fans Facebook en 3 ans – KPI : +50% vs année 1, atteint en année 2 et 3
- Stratégie influence : création du gang Cîroc, organisation de 60 événements prestigieux en 3 ans

2012 – 2015
(4 ans)

BVLGARI Parfums (LVMH) – Département Marketing France *Paris*
Chef de Produit confirmée (900 parfumeries, distribution sélective, GMS, 2 boutiques BVLGARI)

Développement de la notoriété BVLGARI sur le segment luxe de la parfumerie
Management direct d'une assistante marketing

Marketing Opérationnel

- Gestion, analyse P&L pour chaque opération trade et recommandations d'actions stratégiques
- Définition de plans marketing à 360° (trade marketing, CRM, digital, média, PR) : classement de BVLGARI Homme dans le Top 20 avec 1% de pdm (source NPD)

Développement des ventes

- Coaching des conseillères : sell-out x 2 et refonte du site e-learning : + 60% d'adhésion en 3 ans
- Mise en place d'actions CRM (e-mailing, mailings, magasin) pour la Haute Parfumerie : 20% du CA global

Merchandising

- Développement de PLV : 150 opérations réseaux, 4 podiums centraux GLH, roadshows
- Décoration du stand aux GLH et des boutiques BVLGARI en lien avec les lancements produits

FORMATION

2007 – 2012

Ecole Supérieure du Commerce Extérieur (ESCE) – Master en Commerce International *Paris*
Sujet de mémoire : "Comment attirer et fidéliser la Génération Y aux produits de luxe ?"

2010 – 2011

Linnaeus University – Master en Marketing Stratégique International *Suède*
Sujet de mémoire : "La stratégie d'Isomorphisme Mimétique dans les marchés de niche des cosmétiques bio"

2008

Central Ostrobothnia University of Applied Sciences – Programme d'échange *Finlande*

Langues

Anglais – bilingue, Espagnol – courant

IT

Maîtrise du Pack Office, Windows 8, tableaux croisés dynamiques, SAP, X3

Panels distributeurs consommateurs

NPD (parfums), IWSR (spiritueux), Nielsen

INTERETS

Sport / Musique

Crossfit, Guitare (5 ans)

Association

Organisation d'événements pour l'association Erasmus (2009 – 2010), ESCE Alumni (depuis 2015)