

Stéphane KEULIAN

14, Avenue Marcel Martinie – 92170 Vanves

stephane.keulian@gmail.com

Présentation détaillée de mes réalisations sur : www.stephanekeulian.com

COMPETENCES

MARQUES & SERVICES : du positionnement marketing à l'exécution des plans opérationnels.

CONCEPTS MARCHANDS : faire progresser l'expérience client et la performance commerciale.

DEVELOPPEMENT : construction des outils de vente et implication directe dans la commercialisation.

PARCOURS PROFESSIONNEL

DEPUIS FEVRIER 2016 : STEPHANEKEULIAN.COM

Blog consacré au retail et à la vie des marques. Il me permet notamment de publier des analyses "en immersion" à propos de nouveaux concepts de magasins. 10 000 pages vues /mois en moyenne. Audience en forte progression. Mon blog fait partie de la liste des "retail influencers" du Mapiic.

JUIN - DECEMBRE 2015 (MISSION DE CONSULTING) : BLEU LIBELLULE

BLEU LIBELLULE est une enseigne spécialiste des produits de coiffure à destination des professionnels et des particuliers. 110 magasins en France. Filiale de Provalliance (Franck Provost)

Après une immersion de plusieurs mois au sein du quotidien des points de vente et de leur univers de concurrence, réalisation d'un audit détaillé en vue de proposer un nouveau concept de magasin (nouveau plan d'implantation de l'offre, redéfinition du parcours client, création d'univers thématiques et de zones promotionnelles théâtralisées, définition d'un nouveau système de signalétique, modernisation du look & feel, amélioration de l'impact visuel extérieur).

Magasin pilote en avril 2016.

AVRIL 2014 - DECEMBRE 2014 (CDD) : COMPAGNIE DE PHALSBURG - MARKETING MANAGER

La Compagnie de Phalsbourg est un acteur majeur de l'immobilier en France, dont le savoir faire repose sur la transformation de zones commerciales de périphérie en lieux de vie et de commerce à forte valeur ajoutée.

En charge du projet du centre commercial "The Village, Le French Outlet", nouveau village de marques haut de gamme (140 boutiques), implanté en région lyonnaise et dont l'ouverture est prévue en 2018. Construction du positionnement marketing du centre et de l'ensemble des outils de commercialisation à destination des enseignes (brochure institutionnelle, site internet, media sociaux, salons professionnels, RP).

SEPTEMBRE 2012 – AVRIL 2014 : CATINVEST / ONE NATION PARIS – DIRECTEUR MARKETING

CATINVEST est une foncière familiale française spécialisée en immobilier résidentiel et commercial.

Ouvert en décembre 2013, ONE NATION PARIS est un centre de marques haut de gamme (100 boutiques, 24 000 m2 GLA) qui s'est imposé comme un des tous meilleurs de son marché.

Pendant la phase de développement du projet, en charge du positionnement de la marque et de la création des supports de commercialisation (communications nationales BtoB, campagnes emailings, RP & influence, sites internet & application mobile, salons professionnels) et implication directe dans la commercialisation avec un portefeuille d'enseigne à prospecter.

En 10 mois, 70 baux commerciaux ont été signés et un projet concurrent situé dans la même zone de chalandise, porté par une foncière internationale, a été abandonné.

Une fois le centre ouvert au public, en charge de l'ensemble de la stratégie marketing BtoC et de l'exécution des plans opérationnels (campagnes de communication presse et digitale, site internet, événements et animations commerciales, programme de fidélité).

MAI 2010 – SEPTEMBRE 2012: CORIO FRANCE – DIRECTEUR MARKETING

En 2010, CORIO gère un portefeuille de 200 centres commerciaux dans 7 pays européens.

En charge de l'application en France de la stratégie "Favourite Meeting Places", qui vise à transformer les centres commerciaux en lieux de vie dans le but de renforcer leur performance commerciale et leur attractivité auprès des grandes enseignes : repositionnement marketing des sites français concernés (Quais d'Ivry & Marseille Grand Littoral), nouvelle stratégie de communication digitale pour se connecter aux communautés locales, mise en oeuvre régulière d'événements & d'animations commerciales, relations presse & influence.

Ces initiatives ont permis de relancer la fréquentation des sites, de bénéficier d'une couverture médiatique régulière et de soutenir la dynamique de commercialisation (signature de nouveaux baux commerciaux).

Implication régulière pour partager les meilleures pratiques marketing dans l'ensemble des pays du groupe.

MARS 2007 - MAI 2010 : COMPASS GROUP FRANCE – DIRECTEUR MARKETING EUREST

En charge du repositionnement de la marque Eurest sur le marché français de la restauration d'entreprise.

Création de 3 concepts de restauration différenciés pour répondre aux problématiques du marché français et à la typologie des clients.

Soutien aux appels d'offres majeurs auprès des grandes entreprises donneuses d'ordre.

Mise en place du plan d'action trade-marketing opérationnel pour développer la rentabilité des restaurants.

Principaux résultats : 70% de taux de succès aux appels d'offres. 1 million d'euros de marge additionnelle dans les restaurants de la région parisienne.

MAI 2004 – MARS 2007: INTERMARCHE – DIRECTEUR DES CONCEPTS DE MAGASINS

En charge de la conception et du déploiement national du concept « MAG 3 », concept global de modernisation des supermarchés INTERMARCHÉ dans le but de relancer la dynamique commerciale de l'enseigne.

Définition des éléments clés du concept (nouveaux plans d'implantation en fonction de la typologie et de la vocation des magasins, mise en scène des rayons stratégiques, nouvelle organisation humaine, nouveaux mobiliers, nouveaux décors et design)

Principaux résultats : 1000 magasins en projet en 18 mois, 1 point de part de marché national gagné, une énergie de conquête insufflée aux adhérents indépendants propriétaires des magasins.

Management de 12 personnes.

AOÛT 1995 - MAI 2004: INTERMARCHE – CHEF DE GROUPE MARKETING

En charge des marques propres de l'enseigne sur plusieurs marchés alimentaires, en France et dans 7 pays européens : développement de nouveaux produits, rénovations packaging, animations commerciales, campagnes de communication nationales. Management d'une équipe de 15 personnes.

LANGUES

ANGLAIS : Très bon niveau professionnel

ESPAGNOL : Niveau scolaire

EDUCATION

ESSEC BUSINESS SCHOOL : Mastère spécialisé Marketing Management (1992 - 1993)

ESC DIJON (1989 – 1992)