



M. Safer BANDALI

137 Rue du Chemin Vert
75011 Paris
Tél : +33 (0)6.72.36.79.50
bandali.safer@gmail.com
Permis B
Français, 32 ans (08/09/85)
<http://saferbandali.fr>

Account Manager / Directeur de clientèle

8 ans d'expérience dans le digital

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

OCTOBRE 2016 – AUJOURD'HUI (1 an 2 mois) : **Directeur de clientèle**, Wide Agency, MICROPOLE GROUPE (Paris) :

Mission de conseil pour la conception et la réalisation de projets de marketing stratégique digital :

- Développement commercial (participer au gain de new business, développer le chiffre d'affaires des comptes attribués et effectuer le reporting financier et opérationnel, assurer les négociations commerciales)
- Accompagnement stratégique (anticiper et identifier les besoins clients, élaborer les recommandations stratégiques, incarner le changement chez le client)
- Management de Chefs de Projet
- Gestion de projet (être garant du suivi de projet dans leur globalité – qualité, rentabilité, respects des délais, coordonner les équipes internes pluridisciplinaires – UX, Créatives, Edito, Data, CRM, Analytics, Technique)
- Pilotage d'un chiffre d'affaires de plus d'1 Million sur l'année 2017

Détail des comptes :

• **BIOThERM** (*Cosmétiques de luxe*) :

Permettre à Biotherm de construire une relation durable avec ses consommateurs

- Définition et mise en place de la stratégie relationnelle globale :
- Création des guidelines du CRM Biotherm afin :
 - o d'initialiser le dialogue avec les prospects et déclencher le premier achat
 - o d'augmenter la fréquence d'achat et le montant du panier moyen
 - o de relancer les clients non actifs et les inactifs
- Création d'un référentiel par module pour les newsletters qui permet une adaptabilité rapide des prises de parole dans tous les pays
- Revisite du territoire de marque et du vocabulaire pour rafraîchir l'image de la marque auprès de la cible

• **EDITIS** (*2^{ème} entreprise des groupes d'édition français*) :

Accompagner Editis dans la création d'une nouvelle plateforme de marque qui rassemble l'ensemble de ses maisons d'édition

- Bâtir une plateforme commune tout en conservant les forces de chaque maison d'édition
- Se positionner et trouver une légitimité dans l'univers du lecteur
- Concevoir une nouvelle expérience lecteur – un nom, une promesse et un parcours
- Accompagner en interne les acteurs de cette nouvelle plateforme digitale pour que chaque marque trouve son espace d'expression et de communication

• **INSITUT CATHOLIQUE DE PARIS** (*Education*) :

Accompagner l'ICP dans la refonte de sa nouvelle plateforme à destination des étudiants

- Créer de la Digital Factory, premier élément dans la transition digitale de l'ICP
- Se positionner et retrouver une légitimité vis-à-vis des étudiants,
- Accompagner en interne les acteurs de cette nouvelle plateforme digitale

• **UNION NATIONALE DE L'AIDE, DES SOINS ET DES SERVICES AUX DOMICILES** (*1^{er} acteur des services à domicile et services à la personne*) :

Accompagner l'UNA dans le cadre de son programme de modernisation digitale :

- Comprendre les besoins des adhérents et identifier les points d'optimisation
- Proposer une nouvelle expérience digitale aux adhérents UNA

INTERFORUM (*Commercialisation de plus de 150 éditeurs francophones*) :

Accompagner Interforum dans la modernisation de son outil digital afin de répondre plus efficacement aux besoins de ses clients (B2B)

- Aider Interforum à comprendre les besoins de ses clients
- Faire évoluer la plateforme actuel avec des optimisations rapides
- Accompagner Interforum dans le calibrage des évolutions de la plateforme future

JANVIER 2014 – SEPTEMBRE 2016 (2 ans 9 mois) : **Directeur de clientèle**, RAZORFISH France, Ex-NURUN France (Paris) :

Mission de conseil pour la conception et la réalisation de projets de marketing stratégique digital :

- Développement commercial (participer au gain de new business, développer le chiffre d'affaires des comptes attribués et effectuer le reporting financier et opérationnel, assurer les négociations commerciales)
- Accompagnement stratégique (anticiper et identifier les besoins clients, élaborer les recommandations stratégiques, incarner le changement chez le client)
- Gestion de projet (être garant du suivi de projet dans leur globalité – qualité, rentabilité, respects des délais, coordonner les

Détail des comptes :

• **INPI :**

Une transformation forte de l'écosystème digital dans le cadre d'une affirmation des nouvelles missions de l'INPI :

- Conception et réalisation du nouveau site INPI.fr (<https://www.inpi.fr/fr>)
- Accompagnement au changement vers la nouvelle direction que l'INPI souhaite donner à sa marque (accompagnement des créateurs d'entreprises dans la démarche de création de leur structure et extension des services de l'INPI à la propriété intellectuelle)
- Gestion et développement commercial du compte,

• **SUEZ environnement :**

Une transformation de l'écosystème digital dans le cadre du passage à la marque unique (40 filiales dans le monde)

- Gestion et développement commercial du compte,
- Conception en collaboration avec le siège et les pays (ateliers)

• **TAG Heuer :**

Un écosystème digital multicanal (sites, application et in-store) qui fournit une expérience unifiée pour l'internaute

- Gestion du compte au global sur l'ensemble des projets
- Management de 4 chefs de projets
- Création et conception du site mobile de TAG Heuer (m.tagheuer.com)
- Mise en place des évolutions du site tagheuer.com version desktop et mobile (multilingue et locas)
- Cadrage et conception d'outils digitaux pour les points de vente (en cours)

• **Edmond de Rothschild :**

Un écosystème digital qui croise entrées par pays et par métiers à rationaliser

Un enjeu de fidélisation et recrutement à travers de multiples métiers aux besoins différents

- Création et animation d'ateliers de co-crédation pour récolter les besoins
- Création et conception du site corporate et métiers multilingue et localisé (en cours)

• **Unibail-Rodamco :**

Un accompagnement dans la réinvention de l'expérience en centre commercial et du service digital in store

- Mener une mission d'ethnographie et de co-crédation :
 - o cadrer les objectifs
 - o cibler les besoins des utilisateurs
 - o aller sur le terrain afin de comprendre les situations réelles des utilisateurs
 - o faire émerger des besoins non/mal couverts
 - o imaginer les solutions face à ces problèmes

AVRIL 2010 – JANVIER 2014 (3 ans 9 mois) : **Chef de Projet**, FullSIX (Paris)

Mission de conseil pour la conception et la réalisation de projets de marketing stratégique digital :

- Prospection et développement des comptes clients
- Piloter des projets multicanaux
- Gérer le budget et accompagner au quotidien les clients dans leurs problématiques digitales
- Coordonner les équipes conseils, techniques et créatives (en interne comme pour les prestataires externes)

Détail des comptes :

• **PMU :**

- Conception, mise en place et suivi de la stratégie communautaire et sur les réseaux sociaux ciblés (Facebook, Twitter)
- Création et conception du site du réseau des points de vente PMU (en cours)
- Mise en place et évolutions du site commercial PMU.FR (Hippique, Poker et Sportif)
- Mise en place de plusieurs sites pour PMU : Site Aide, Blog Poker
- Création de vidéos pédagogiques pour apprendre le Poker

LCL :

- Conception, mise en place et suivi de la stratégie communautaire et sur les réseaux sociaux ciblés (Facebook, Twitter, Instagram)
- Animation éditoriale du site LCL.COM et optimisation des contenus édités pour les moteurs de recherche (SEO)
- Conception de l'application de gestion de compte sur iPhone
- Conception et création du projet de refonte graphique de l'espace bourse de la gestion de compte client sur LCL.FR
- Gestion du projet de refonte et évolutions du site LCL.COM (Home Page, Web TV, Pages Intérieures, Moteur de recherche, MAG LCL)
- Conception et gestion du projet de refonte du site partenariat qui promeut les offres bancaires pour les étudiants
- Suivi de projet de refonte de site pour les filiales de LCL : Angle 9 (filiale immobilière), BFC (banque aux Antilles)

• **Nikon :**

- Audit de l'écosystème Nikon France
- Conception et mise en place d'un nouveau site relationnel pour la marque
- Refonte de l'ensemble des sites existants

• **Bricomarché :**

- Gestion de l'ensemble des problématiques de FID (mailing, emailing, relance) pour les opérations de la marque

• **EDF :**

- Conception, mise en place et évolutions du site Intranet de promotion des JO de Londres 2012 (Club des Supporters)

FORMATION BAC +5

2006 – 2009 : Master 2, Diplômé de SKEMA Business School (Ex ESC Lille), cursus International Master in Management (cursus anglophone)

2003 – 2006 : Classe Préparatoire Economique et Commerciale (HEC), Option Scientifique, Lycée Paul Valéry (Paris)

INFORMATIQUE

- Outils Microsoft : Office (Mac & PC), SharePoint
- Outils Google : Analytics, Google Apps
- Outils de création UX et graphique (Axure, Photoshop, Sketch, InVision)
- Notions en développement : HTML/HTML5, CSS, PHP, JS,
- Outils CMS (Wordpress, Magento, Drupal, eZ Publish, Sitecore, JaliOS)

LANGUES

- Anglais : Bilingue
- Gujarati : Langue indienne maternelle
- Espagnol : Niveau intermédiaire
- Japonais : Notions

CENTRES D'INTERÊTS

- Actualités High Tech, Innovation & crowdfunding (actif sur Kickstarter) NTIC, web, médias sociaux et marketing
- Cuisine
- Sports : course à pied
- Lecture : science fiction et policier

VIE ASSOCIATIVE

2006 – 2008 : Webmaster du Bureau Des Elèves

- Réalisation et animation du site Internet du BDE et création de supports de communication pour le BDE (flyers, affiches, PAO)

2006 – 2008 : **Secrétaire Général** de Oneid, association d'informatique, de communication et de radio de l'ESC Lille

- Organisation d'évènements autour des nouvelles technologies (conférence, présentation),