Saint-Avertin (37) | 06 08 18 31 04 | natalialenoir@gmail.com | linkedin.com/in/natalialenoir

NATALIA LENOIR

RESPONSABLE MARKETING DIGITAL & PRODUIT

STRATÉGIE D'OFFRE, PARCOURS CLIENT & EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE

Professionnelle du marketing digital, je transforme l'analyse client en offres, parcours et actions d'acquisition plus performants. J'interviens de la stratégie au déploiement, avec une attention particulière à l'expérience client, à l'optimisation des processus et à la mesure des résultats. Pragmatique et orientée ROI, je pilote des projets transverses en m'appuyant sur le digital, le no-code et l'IA.

COMPÉTENCES CLÉS

Stratégie marketing & développement d'offre : positionnement, segmentation, go-to-market, lancement d'offres.
Acquisition, conversion & contenus : campagnes multicanales, lead generation, contenus, marketing automation.
Expérience client & parcours : personas, CX/UX, cartographie et optimisation de la conversion.
Data & performance : KPI, webanalyse, ROI, tableaux de bord et recommandations.
Process & automatisation : workflows, amélioration des méthodes de travail, no-code et IA générative.
Marketing responsable & RSE : intégration des enjeux sociaux et environnementaux dans les offres, la communication et les projets digitaux.

EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

RESPONSABLE MARKETING & COMMUNICATION | GROUPE IMT (FORMATION, B2B & B2C), TOURS | 2022 - 2023

- **Acquisition multicanale :** pilotage de campagnes 360° (emailings/newsletters avec A/B testing, webinaires, social ads, chatbot, landing pages, marketing automation, print) et optimisation des KPI.
- **Lancement d'offre :** conception et mise sur le marché d'une nouvelle offre e-learning, générant 50K€ de devis via un webinaire.
- **Marque employeur & communication RH :** pilotage de l'attractivité et de la communication de recrutement en marché candidat tendu ; production de contenus marque employeur (témoignages collaborateurs écrits/vidéos, diffusion pages carrières/LinkedIn)
- **Management & communication interne :** encadrement et coordination d'une équipe de 3 personnes, animation de la communication interne et des relais CODIR.
- **RSE :** ambassadrice « RSE et collaborateurs », de la définition des besoins au déploiement des actions.

CHEF DE PRODUIT DIGITAL | UPCOOP (SOLUTIONS DE PAIEMENT, B2B2C), PARIS & TOURS | 2016 - 2019

- **Pilotage de la performance (plateforme avantages)** : définition et déploiement de la stratégie d'acquisition (incentives, parrainage, print) et optimisation UX, ayant généré +133% d'acheteurs, +83% de CA marchands, +53% de commissions.
- **Gestion de projet RSE** : pilotage du projet de recyclage des cartes (enjeu de marque).
- **Gouvernance de l'offre** : pilotage stratégique et opérationnel de l'offre digitale Cadhoc, avec une forte orientation expérience client, rationalisation du portefeuille (arrêt de 4 produits, évolution des gammes).

RESPONSABLE MARKETING & CEO | POSITIV'IMAGE (CONSEIL, B2B & B2C), PARIS | 2009 - 2014

- Conception et pilotage de l'offre et de la stratégie marketing. Segmentation client. Conduite de projets digitaux. Lancement de l'offre de chèques cadeaux en ligne générant +105% de CA.

CHEF DE PROJETS MARKETING | TECH DATA (GROSSISTE INFORMATIQUE, B2B), PARIS | 2006 - 2008
CHEF DE PRODUIT | MICRO APPLICATION (LOGICIELS, B2C), PARIS | 2005 - 2006
ASSISTANTE MARKETING | CREATIVE LABS (PRODUITS INFORMATIQUE, B2C), PARIS | 2003 - 2005

MISSIONS CONSEIL – STRATÉGIE & DÉPLOIEMENT OPÉRATIONNEL (2021 – 2025)

- **Plume & Pion :** stratégie de marque/définition de la plateforme de marque (proposition de valeur, voix) et audit de l'écosystème Social Media, en lien avec des enjeux de contenus et de diffusion. Mise en place de workflows d'automation (acquisition/CRM) pour structurer l'activité.
- **RVDiet :** pilotage d'une stratégie Go-to-Market orientée croissance & lead gen, avec une hausse de 45% des abonnements payants, et travail sur la conversion via refonte du site et parcours (segmentation personas + optimisation de l'activation après inscription).
- **Invoxia :** analyse prospective pour identifier des leviers de croissance (marketplaces européennes) et amélioration de l'expérience client, optimisation des parcours pour lever des freins à l'achat.

SOFT SKILS

Esprit d'analyse : comprendre les situations complexes, identifier les priorités et construire des solutions concrètes.
Curiosité et adaptabilité : apprendre vite, tester de nouveaux outils et faire évoluer les pratiques.
Organisation et autonomie : structurer le travail, gérer les priorités et mener plusieurs sujets.
Leadership collaboratif : donner une direction, mobiliser les parties prenantes et faciliter les décisions.

FORMATIONS

2025 : Formation No Code & IA – Alegria
2022 : Méthode DISC et forces motrices – Polepharma
2021 : Growth Hacking – Growth Tribe
2017 : Réussir son expérience client – ISM Paris
2004 : Master Marketing – INSEEC Paris

LANGUES

Français : langue maternelle | **Anglais** : opérationnel | **Polonais** : bilingue

OUTILS

NO-CODE & OPS : Airtable, Softr, Glide, Zapier, Make, Notion, Chatbase
IA & PRODUCTIVITÉ : Claude/ChatGPT, Perplexity, NotebookLM, Notion, ClickUp
MARKETING DIGITAL : Wordpress, Brevo, GetResponse, SE Ranking, Metricool, Microsoft Clarity
CRÉATION DE CONTENU : Canva, CapCut, Photoshop

CENTRES D'INTÉRÊT & ENGAGEMENTS

Sport & dépassement de soi : fitness et course de fond avec progression continue (10 km en 2023, semi-marathon en 2024, marathon en 2025).
Engagement solidaire : responsable communication bénévole pour Gym'form Saint-Avertin (700+ adhérents). Actions de solidarité (hébergement de réfugiés, collectes de jouets).
Créativité : écriture d'un premier roman contemporain, lecture, DIY.