Nelly KERBIRIOU

16 bis, rue Jules Ferry
94170 Le Perreux-sur-Marne
+ 33 6 10 37 07 38
masourcezensophrologie@gmail.com

ESC Dijon 2000 (Mkg/Vte)
Certificat Sophrologie CNFDI 2017
Etudiante en Acupuncture Institut CHUZHEN
Nationalité Française
Pacsée, 2 enfants

SOPHROLOGUE

EXPERIENCE PROFESSIONNELLE

2006-2016 : BACARDI MARTINI France

Un des leaders mondiaux des spiritueux – marques Martini, Bacardi, Eristoff, Get, William Lawson's, Jack Daniel's – CA : 473 Mo € - 300 personnes (CA monde : 3,4 Md € - 5800 personnes)

2009-2016 : Responsable Moyens Commerciaux et Visibilité des Marques Grande Distribution

- Définition et mise en œuvre de la politique « Moyens commerciaux et visibilité des marques » en cohérence avec la stratégie marketing, la politique commerciale BMF et le cadre budgétaire (2,5Mo €/an)
 - ⇒ Recommandation de leviers de stimulation business et nouveaux développements (ilv/plv/digital/théâtralisation sur le point de vente) : innovations au service de la visibilité tactique et événementielle des marques axées sur la « premiumness » (meuble whiskies, Terrasse Martini et cocktails, meuble Bacardi)
 - ⇒ Evaluation des KPI, benchmark et recommandations correctrices
 - ⇒ Réalisation des argumentaires de vente (marques et outils de visibilité)

Résultats : atteinte de l'objectif d'augmentation de la visibilité qualitative des marques dans un contexte de restriction budgétaire, tout en répondant aux attentes de la Force de vente.

- Construction, ventilation et gestion budgétaire de la politique dans une logique de ROI
 - ⇒ Baisse du coût des prestations événementielles Bacardi (modules : -40% et logistique : -53%)
 - ⇒ Baisse du coût de la prestation logistique « meubles Whiskies » (-40%) pour taux de service 100% atteint (vs 73% n-1)
 - ⇒ Baisse du coût des moyens tactiques de visibilité à quantité commandée égale vs n-1 et plus qualitative (displays multimarques et Bacardi mix : -21%)

Résultats : objectif de volume de ventes sur toutes les marques et objectif ROI atteints

- Mise en œuvre et gestion opérationnelle de la politique annuelle
 - ⇒ Résolution des problématiques fonctionnelles : ressources humaines des prestataires (animatrices, barmen) et toute logistique

Résultats : Respect des délais de mise à disposition et gestion des envois à la force de vente (4 vagues/an)

- Définition et mise en œuvre de la nouvelle politique de stockage des moyens commerciaux tous réseaux (Food + CHD)

Résultats :

- ✓ Réduction des coûts de 15% /an sur un plan à 3 ans
- ✓ Planification et coordination opérationnelle de la migration de + de 100 commerciaux sur 1 mois

2006-2008 : Responsable de Secteur GD – Dpts 78/92/95/27/28

- ⇒ Gestion, prospection et pilotage d'un parc de 99 magasins (37 HM / 62 SM) dont 70% d'indépendants

Résultats :

- ✓ Progression CA Enseignes secteur 2006/2008 : + 30%, soit 8 fois la progression en valeur de la catégorie spiritueux France 2006 vs 2008 (CAM au 01/11/08)
- ✓ Objectifs de référencement, part de linéaire, visibilité et volumes dépassés
- ✓ Fort développement et négociation d'opérations promotionnelles événementielles
- ✓ Initiatrice du 1er test Category Management BMF [Auchan Mantes-la-Jolie (12 210 m²)]
- ✓ 8 animatrices de vente recommandées : 8 recrutées
- ✓ Réactivité et réponse aux besoins d'information Key Account Management
- ✓ Elue "Bacardi-Martini d'Or 2008" de la Force de vente GD.

2004- 2006 : TNO (TALENTS NOUVELLES ONDES RADIO)

Promotion sur le web de talents musicaux autoproduits

Responsable du Développement des Ventes – Paris

- ⇒ Management des Responsable éditorial et Directeur artistique
- ⇒ Vente d'espaces publicitaires
- ⇒ Développement de partenariats annonceurs
- ⇒ Coproduction et animation d'une émission TV diffusée via TPS

ANIMATRICE RADIO ALIGRE FM (chronique court-métrage) et YVELINES RADIO (7h-9h)

2002-2004 TAKOMA SA

Agence d'Audit et de Conseil en Communication/Formation

Chef de Projet Formation Citroën et Toyota

- ⇒ Analyse des briefs clients puis recommandation de plans de formations « vente en concession », « nouveaux produits », « management des équipes » et « communication corporate »
- ⇒ Construction et animation des formations : 45 sessions mises en œuvre, + de 800 personnes formées

2000-2002 : PEPSICO France

Responsable de Secteur GD – Saône et Loire, Jura

- ⇒ Gammes Cola, 7UP, chips, produits salés apéritifs
- ⇒ Gestion d'un parc de 60 magasins (30 HM / 30 SM)

Résultats :

- ✓ Objectifs de référencement, part de linéaire et visibilité dépassés
- ✓ Elue meilleur vendeur de la région à 2 reprises

FORMATION, LANGUES & COMPETENCES INFORMATIQUES

CNFDI – Certification Sophrologue, 2017

INSTITUT CHUZHEN – Etudiante en 3^{ème} année, Acupuncture et diététique depuis 2015, formée également en Anatomie et Physiologie

ESC Dijon – Diplôme, option Marketing-Vente, 2000

Mémoire : « La gestion des portefeuilles de marques »

Stages en agence de publicité (**AMMIRATI PURIS LINTAS** : budget Unilever), agence de communication (**PR&A-IMPLICOM** : budget Nivea) centrale d'achat d'espaces (**INITIATIVE MEDIA WORLDWIDE** : budgets Roc et Compaq) et prêt-à-porter (**PROMOD GmbH**)

Classe préparatoire GEC, Lycée Alexandre Dumas, Saint-Cloud (92), 1995-1997

Certificat Anglais du Simmons College de Boston (Language Institute For English)

Certificat Allemand « Deutsch für den Beruf », homologué par le Goethe Institut, Paris

Maîtrise des logiciels Spaceman Merchandiser et Nielsen Nitro ; SAP et JDE