

MICKAEL PHONGSA

10 ANS D'EXP. DANS LE MANAGEMENT, ACQUISITION, CONVERSION & ANALYTIQUE

31 ANS - 09/11/1987



MICKAEL.PHONGSA@GMAIL.COM



06 16 95 43 74



NOISY-LE-GRAND

EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

5 ANS : DEPUIS NOVEMBRE 2013 CHEZ FINIZY (MEILLEURTAUX.COM), PARIS.

RESP. DE LA PERFORMANCE DIGITALE GROUPE - DIRECTION MARKETING & IT.

OBJECTIF : HYPER CROISSANCE DES KPIS (EBITDA, CA, VPV, ROI ...).

- **ACQUISITION** : définition et pilotage du budget, responsable de tous les leviers d'acquisition (naturels & payants).
- **CONVERSION RATE OPTIMIZATION** : AB testing, personnalisation, UX pour la conversion.
- **ANALYSE DES DONNÉES** : taggage, webanalyse & reporting (équipe et CODIR), data-driven.
- **CROISSANCE INTERNE & EXTERNE** : analyse, audit et recommandation stratégique.
- **MANAGEMENT** : middle management (6 collaborateurs), management transversal et pilotage de prestataires.
- **AUTRES** : responsable du portefeuille de NDD, responsable de projets majeurs / d'innovation, E-CRM ...

8 MOIS : ENTRE AVRIL ET NOVEMBRE 2013 CHEZ ALAIN DUCASSE ENTREPRISE, ISSY.

RESPONSABLE SEO/SEA - DIRECTION MARKETING.

OBJECTIF : INSTALLER UNE STRATÉGIE DIGITALE.

- **PLAN DIGITAL** : suivi et bilan du plan d'actions 2013. Définition du budget digital 2014.
- **ACQUISITION** : audit et préconisations SEO. Responsable du SEA (ROI = **x 3,07**) et retargeting.
- **CONVERSION RATE OPTIMIZATION** : AB testing, personnalisation, UX pour la conversion.
- **MANAGEMENT** : management de projets et de prestataires (account manager, développeurs et consultants).
- **WEBANALYSE** : définition du plan de marquage et reporting des activités online au CODIR (mensuel).

2 ANS : ENTRE MAI 2011 ET AVRIL 2013 CHEZ QUECHOISIR.ORG, PARIS.

E-MARKETER - DIRECTION DIFFUSION.

OBJECTIF : AMÉLIORER L'ENSEMBLE DES KPIS DU SITE.

- **PLAN E-MARKETING** : définition du plan e-Marketing et pilotage budgétaire.
- **ACQUISITION** : pilotage du SEA et contribution à l'amélioration du SEO.
- **CONVERSION RATE OPTIMIZATION** : AB testing & UX pour la conversion.
- **E-CRM** : délivrabilité, contenus, intégration HTML/CSS & routage.
- **MANAGEMENT** : management de projets et de prestataires (account manager et consultants).
- **WEBANALYSE** : reporting mensuel des opérations menées et analyses avec une logique ROIste (2012 = **x 2,62**).

3 ANS : ENTRE JUIN 2008 ET MAI 2011 CHEZ L'EXPRESS, PARIS.

ASSISTANT CHEF DE PRODUITS WEBMARKETING - DIRECTION ABONNEMENT.

OBJECTIF : DÉVELOPPER LE PORTEFEUILLE DES ABONNÉS.

LOGICIELS & LANGUES

LOGICIELS (liste non-exhaustive)

Pack Office	Maitrise
Dreamweaver, NotePad++	Maitrise
Google Analytics, AT Internet	Maitrise
Search Console	Maitrise
Screaming Frog, Xenu, onCrawl	Maitrise
Cabestan	Maitrise
CMS (Drupal, EZ Publish, Joomla...)	Maitrise

LANGAGES WEB

HTML/CSS	Bonne connaissance
PHP/MYSQL - JavaScript	Initié au langage

LANGUE VIVANTE

Anglais	Courant
---------	---------

DIPLÔMES

2011 - MASTER 1 - RESPONSABLE EN GESTION

SPÉCIALISATION : MANAGEMENT & ENTREPRENEURIAT
Groupe IGS (ESAM), Paris.

2008 - DUT - TECHNIQUES DE COMMERCIALISATION

Université Paris-Sud XI, Sceaux

AUTRES : BAC STT ACC et BEP VAM

DIVERS

- Passionné de **high-tech** et de jeux vidéos.
- Pratique du **football** à un niveau national à 16 ans. Aime le sport pour ses valeurs : dépassement de soi, culture de la gagne, esprit d'équipe, respect, humilité.
- Voyage pour découvrir de **nouvelles cultures**.