



Manuel AMORIM

Chief Digital Officer / Growth Strategist

Marketing Digital Acquisition Transition Numérique

UX/UI - AGILE - SCRUM

41 ans - Permis de conduire  
✉ manuel.amorim@outlook.com  
☎ 06 18 46 78 64

## Expériences

### Consultant Digital

#### Chief Digital Officer / Growth Strategist - Depuis juillet 2021

- Activité de conseil marketing et de gestion opérationnelle sur le développement et la croissance d'une néo-banque avec actuellement 20 000 clients :
  - Approche Growth Marketing avec optimisation du tunnel AARRR
  - Approche AGILE/SCRUM pour le développement constant des services et des produits
  - Mise en place de la stratégie CRM en marketing automation
  - Mise en place et supervision de la relation client
- Blog & Influence :
  - Fondateur des blogs Week-End et Voyage à Lisbonne (depuis 2014) Week-End et Voyage à Porto (depuis 2016)
  - moyenne de 60 000 visiteurs uniques / mois
  - création de contenus
  - monétisation via Google AdSense, The Moneytizer, affiliation, article sponsorisés et partenariats

### Directeur Marketing Digital

#### MATCHEM (ex Groupe Paris-Turf) - Juillet 2014 à avril 2021 - CDI - Châtillon - France



- Direction de l'activité marketing média et produits digitaux du groupe Matchem (ex Paris-Turf) spécialisé sur l'univers hippique :
  - 2 marques leaders dans l'univers hippique (Geny et Paris-Turf) avec près de 40% de part de marché sur le web et le mobile
  - Multiplication par 10 du revenu digital du groupe en 6 ans
  - 30% de croissance annuelle sur les abonnements et les ventes numériques entre 2015 et 2020
  - Management de 5 cadres en CDI
- Pilotage de la transition numérique du groupe :
  - Monétisation des actifs digitaux du groupe (passage en header bidding de l'inventaire publicitaire dès 2016, développement de nouvelles sources de revenus, renforcement des partenariats existants et création de nouveaux)
  - Développement des abonnements et des ventes digitales en direct et via des tiers (offres commerciales, stimulation du parc d'abonnés, acquisition d'abonnés, présence sur les stores iOS et Android et sur les kiosques numériques, création de nouveaux services payants sur le mobile)
  - Passage sous Google Analytics 360 pour permettre une meilleure analyse des audiences du groupe et développer une stratégie SEO
  - Réorientation stratégique centrée sur la connaissance client
  - Mise en place de la présence du groupe sur les réseaux sociaux
  - Internationalisation des sources de revenus (exportation des produits et ventes de produits et services en marque blanche)
- Mise en place d'une nouvelle organisation et de méthodologies de travail :
  - Mise en place de la méthode AGILE / SCRUM au sein du pôle marketing
  - Mise en place de l'approche UX/UI au sein du pôle marketing

### Responsable Acquisition Digitale

#### Le Parisien - Décembre 2012 à juin 2014 - CDI - Saint-Ouen - France



- Pilotage du Pôle Audience et Fidélisation au sein des Activités Numériques du Parisien.
  - Le Parisien, application et site mobile leader en audience Médiamétrie
  - Site web Le Parisien dans le top 3 des sites d'information les plus consultés

- Management de 4 cadres en CDI : Responsable SEO, Chargé de marketing mobile, Chargé d'e-CRM et Community Manager
- Le pôle recouvrait les missions suivantes :
  - Assurer les audiences site centric (AT Internet) et user centric (Médiamétrie Nielsen Netratings) sur les supports web fixe, applications mobiles et site mobile
  - Développer la présence du Parisien sur les moteurs de recherche et sur Google News
  - Piloter et gérer les campagnes marketing d'acquisition d'audience
  - Développer la présence du Parisien sur le mobile
  - Développer la présence du Parisien sur les réseaux sociaux
  - Gestion et développement de la base de données d'abonnés numériques et des lecteurs web avec près d'1 million de contacts actifs
  - Gestion de tous les jeux concours web du site
  - Verticalisation du contenu de la rédaction via les réseaux sociaux et les newsletters thématiques
  - Déportation du contenu du Parisien sur d'autres sites pour doper le trafic de la marque

## Trafic Manager E-Commerce



### Marionnaud - Mai 2010 à novembre 2012 - CDI - Paris - France

- Pilotage et coordination de la politique d'acquisition de clients e-commerce de l'enseigne Marionnaud sur les leviers suivants :
  - SEM : campagne d'achats de mots clés (adwords) sur Google, Bing et Yahoo
  - SEO : mise en place du balisage du site et de la stratégie SEO
  - Analytics : mise en place du suivi Analytics (Google Analytics)
  - Affiliation : gestion d'un programme avec Affiliate Window (ex Zanox) de plus de 1 300 sites affiliés
  - Internalisation du community management
  - Mise en place la stratégie de relations avec les influenceuses beauté pour promouvoir les marques exclusives de l'enseigne Marionnaud
  - Refonte du site e-commerce en mai 2011 en méthode AGILE
- Gestion des campagnes omnicanal pour générer du trafic client en magasin ou sur le site e-commerce :
  - Campagnes emailing
  - Campagnes SMS

## Responsable Digital



### placeOjeunes - Septembre 2007 à juin 2009 - CDI - Paris - France

- Responsable webmarketing auprès du leader et expert des relations entreprises - grandes écoles & universités, placeOjeunes a été le 1er diffuseur d'offres ciblées aux écoles avec près de 65 % du marché et la gestion de plus de 220 000 des 350 000 offres reçues chaque année par les grandes écoles & universités.
- Coordination et pilotage des leviers de marketing digital :
  - Analyse du trafic via Google Analytics
  - Expertise en Référencement Naturel (SEO), et référencement payant (SEM)
  - Programmation et animation de l'offre publicitaire web vendue en direct via Smart Ad Server
  - Gestion des campagnes de marketing online (SEM-adwords, facebook, affiliation, achat d'espaces et autres actions de type partenariats)
  - Acquisition et Fidélisation des inscrits à la base de données e-mailing
- Relation avec les agences médias RH

## Business Developer



### STUDYRAMA (groupe Vocatis) - Juillet 2006 à août 2007 - CDI - Levallois-Perret - France

- STUDYRAMA-VOCATIS est un groupe media qui accompagne l'individu tout au long de sa vie, dans ses parcours scolaires et professionnels à travers les marques Studyrama (destinée aux jeunes) et Vocatis (destinée aux actifs).
- Chargé du Développement Hors Média :
  - Vente et suivi d'opérations événementielles terrain et web auprès d'agences médias et de clients finaux
  - Budgets : Apple, Score Game, Microsoft, Jean-Louis David, Brossard...
  - Agences Clientes : Carat, MPG/Havas, OMD, Starcom, Mediatrack...

## Assistant Chef de Projet



IDEACTIF - Avril 2005 à mai 2006 - CDD - Paris - France

- Ideactif, agence indépendante de conseil en communication événementielle et numérique développe des stratégies relationnelles et scénarisées en allant au contact de tous les publics.
- Production d'événements sur la cible jeunes en événementiel et online (Budgets : Kronenbourg Plan Jeunes Adultes, Kronenbourg Fêtes et Manifestations, Fnac 2005 et Casino 2005)

## Autres Expériences : Intervenant / Enseignant



ISCOM Paris - Septembre 2017 à juin 2019 - CDD - Paris - France

Enseignant en Veille et Culture Professionnelle à des classes de 3ème année en Création et Communication Digitale :

- Cours dispensés en anglais (Monitoring and Professional Culture)
- Enseignement des bases d'une veille digitale réussie pour faire carrière dans le numérique
- Transmission des concepts clés pour assimiler les enjeux de la transformation digitale des entreprises (métiers et concepts clés, méthodes AGILE/SCRUM, approche UX/UI, tendances)

## Compétences

### Marketing Digital

- SEO
- Analytics
- Publicité Digitale / Header Bidding
- Création de site
- AGILE/SCRUM
- SEM
- Affiliation
- UX/UI
- Refonte de site
- CRM

### Commercial

- Prospection commerciale
- Suivi commercial
- Développement commercial

### Logiciels

- Pack Office
- Smart Ad Server
- Redmine
- Mac OS X
- Jira

### Langues

- Anglais : lu, écrit, parlé
- Portugais : bilingue

## Formations

### Master 3ème Cycle MCM (Marketing Communication Management)

ISCOM Paris (Institut Supérieur de Communication)

2004 à 2005

### Maîtrise LEA – Langues Etrangères Appliquées Anglais-Portugais

Université Paris IV - La Sorbonne

2000 à 2004

# Centres d'intérêt

## Arts

- Oenologie : amateur et collectionneur de grands crus et de seconds vins français et de vins étrangers
- Amateur de haute gastronomie en France et à l'étranger

## Voyages

Fondateur des blogs Week-End et Voyage à Lisbonne (depuis 2014) Week-End et Voyage à Porto (depuis 2016)- moyenne de 60 000 visiteurs uniques / mois- création de contenus- monétisation via Google AdSense, The Moneytizer, affiliation, article sponsorisés et partenariats