



# Sophie Loubiere

Experte en Business-Digital-Marketing Accélératrice de business

Le Pré-Saint-Gervais, France

[Portfolio link](#)

[View profile on Dweet](#)

## Links

[LinkedIn](#)

## Languages

English (Basic)

French (Native)

Spanish (Work Proficiency)

## About

Hello , bienvenue sur mon profil!

Le contexte économique nous invite à avancer groupés à co-crée, à collaborer, à jouer l'intelligence collective plutôt que de pratiquer le chacun pour soi. Mettre en place des actions de partenariats au service du développement business me paraît être une solution maligne pour les marques car + efficace, + agile, + résiliente en cas de crise, + contemporaine en valeur perçue pour les clients. Forte des enseignements de ma solide expérience acquise chez veepee et dans les agences de créativité & d'innovation et de ma vision personnelle, la création de BrandLight m'est apparu comme une évidence car je suis convaincue que les partenariats sont vos meilleurs médias.

Faire appel à Brandlight c'est s'offrir l'experte en Digital/Marketing/Business qui va vous accompagner à construire une stratégie de partenariats singulière et performante en accord avec votre ADN de marque.

- Programme Ambassadeurs & influence (des experts)
- Stratégie Philanthropique (choix des associations, communication responsable)
- Co Branding (collaborations...)
- Accompagner les lancements de produits
- Packager des offres
- Sponsoring d'évènements
- Chercher des sponsors pour vos évènements

Comment Brandlight peut vous aider?

- Les 12 bénéfices de la proposition de valeur de Brandlight:
- Doper ta visibilité
  - Augmenter ta notoriété
  - Booster ton CA
  - Accroître ta désirabilité
  - Engager ton audience
  - Gagner des leads & followers
  - T'apporter de la valeur, du sens
  - Enrichir ton territoire de marque
  - Positionner ta marque comme un média
  - Te singulariser
  - Pimper ta marque employeur
  - Varié tes propositions
  - Renouveler ton offre
  - Créer du contenu exclusif
- Mais pas seulement...qui va négocier, planifier et faire le suivi en bref qui prend en charge l'opérationnel de la stratégie proposée.

Mes secteurs de prédilection: Cosmétique, Design, Deco, Mode, Food & Wine, Hospitalité, Médias, Culture & Sport, Art, impact environnemental.

Echangeons autour d'un <https://calendly.com/sophie-boost>

### BRANDS WORKED WITH

- BRANGLIGHT
- CARLIN CREATIVE TREND BUREAU
- Jean Paul Gaultier
- Laboratoires de Biarritz
- Promostyl
- Vanessa Bruno
- vente-privee.com

## Experience



## ● DIRECTRICE DES PARTENARIATS

Laboratoires de Biarritz | Jun 2020 - Jun 2021

Une entreprise de dermo-cosmétique qui développe des produits certifiées bio, made in france, inspirés de l'océan, pionnière dans la création de crèmes solaires bio.

L'opportunité de mettre en application mes compétences digitales, business, marketing, créatives au service d'un nouveau secteur pour moi porteur de sens.

Interlocutrice privilégiée des différentes institutions:

Mairies & Offices de tourisme: Biarritz , St Jean de Luz, Seignosse/opération distributeurs de crème solaire sur les plages juillet & août.

Associations & Organisation: stratégie philanthropique, partenariats avec la Waterfamily, le 1% pour la planète, Wings of the ocean.Co-construction de projets autour de l'éducation (respect de la peau & de la planète).

Fédérations sportives: FFVoile, FFTennis,FFsurf/partenariats sur des évènements, deals préférentiels pour les adhérents.

Définition & mise en place de la stratégie partenariat:

Philanthropie (associations)

sponsoring (La Parisienne, Le Défi de Monte Cristo, Le Vendée Gliss, Festival Sisterhood, UFCPA, 16 écoles ESF...)Le partenariats avec ESF (16 écoles sélectionnées) a été monté en 2 mois dans le cadre du lancement de la crème solaire en format mini pour les sportifs)

Co-branding (Les Filles du Surf, La marque 64, Sélune)Sélection de l'artiste et tatoueuse Sélune pour dessiner le packaging et participer au lancement de la crème post tatouage.

jeux concours (calendrier de l'event)

programme ambassadeurs & influence (Sélection de 9 Ambassadeurs philosophie, entrepreneurs, aventurier, Sportifs médaillées dont Marie Robert, Anais Dautais, Sophie Trem, Vincent Colliard, Mathieu Crepel, Laetitia Roux....30 Ambassadeurs prof de skis & guides de montagne dans les Alpes, 50 influenceurs (micro & macro ) pour accompagner les lancements de produits.(+10K sur Insta en 10 mois)

-Définition du budget

-Interface avec les différents services (marketing, digital, commercial, communication)

## ● Responsable Business Unit PAP (Janvier 2013 -Dec2017)

vente-privee.com | Jan 2013 - Dec 2017

Fin 2012, la DG business me propose de prendre la responsabilité du secteur femme & enfant constituée de 6 acheteurs et 2 assistantes.

Ma mission: Pérenniser & développer le CA, maximiser la marge dans un contexte de marché d'hyper concurrence

Le challenge est de mobiliser,d'accompagner l'équipe pour garder un effet "waou" des ventes.

A savoir proposer de belles marques, de belles offres à des prix attractifs ainsi que de pérenniser la relation fournisseur, le tout dans un souci de rentabilité maximum dans un contexte où les marques s'organisent, rationalisent leur production, démultiplient leurs offres promotionnelles, vendent leur over stock sur leur site internet et organisent leurs propres ventes événementielles.

En parallèle, VP se développe de façon exponentielle: le CA X1000 en 10 ans

Il faut former & accompagner les acheteurs sur les nouveaux process, les sensibiliser sur les enjeux de rentabilité, les inciter à trouver des nouveaux scénarios de négociations.

Je définis un business plan à 3 ans, je réorganise les portefeuilles de chaque acheteur, je crée 1 portefeuille marques enseignes petits prix et 1 marques créateurs, segments qui sont peu présents sur le site afin de travailler l'image Mode du site et d'accroître le business.Je recrute 2 acheteurs et 1 assistante qui viennent renforcer l'équipe.

Pour convaincre les marques enseignes petits prix dont le business model est peu compatible avec VP pour des raisons de marge,j' imagine et propose à la direction de tester un nouveau service qui s'inspire de la e réservation mais à la façon VP.

J'implique les acheteurs concernés, nous passons en mode test&learn et organisons une 1ère vente.

Nous mettons en place une équipe transversale (prod, shooting, créa, mktg) dédiée aux ventes de marques créateurs pour professionnaliser l'approche client et rassurer.

Résultat: développement des ventes créateurs sur le site, +24% CA en 4 ans, le service InShop proposé par tous les secteurs de VP

## ● European Sales Coordinator/Resp Business Unit Lingerie

vente-privee.com | Jan 2007 - Dec 2012

Fin 2006, je suis recrutée par un des fondateurs de vente-privee.com pour prendre la responsabilité du secteur de la lingerie (secteur clé de l'entreprise).

J'apprends le métier d'acheteuse pendant 9 mois puis je prends la responsabilité de ce secteur.

Mes missions: constituer une équipe d'acheteurs/commerciaux (3 pers +1 assistante), mettre en place une stratégie de développement, proposer & vendre le service de destockage des overstocks de la saison N-1 aux directions des grandes marques européennes du secteur, négocier les prix d'achat des produits, optimiser la marge ainsi que pérenniser le business et fidéliser les fournisseurs.

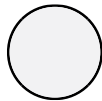
Le challenge étant de convaincre les marques en 2007 de nous confier leurs résiduels de stock et d'avoir une présence sur le net sachant que la plupart des marques n'ont pas de site internet.

En 2009, le développement de VP au travers de filiales en Europe (it, es, uk, de) m'amène à développer une relation proche avec mes homologues et les acheteurs.

J'initie des réunions d'échanges afin d'apporter une vision globale du secteur aux équipes, de fluidifier et d'instaurer un esprit d'équipe et de diffuser l'ADN de VP.

La Direction Générale du business me demande de créer la fiche de poste du coordinateur Europe, une nouvelle fonction est créée dans l'entreprise. Je deviens coordinateur Europe ce qui m'amène à accompagner mes homologues ou leurs acheteurs à des rdv stratégiques, à coordonner et optimiser le planning des ventes lingerie.

Résultats: 7M de pièces vendues/an, VP devient le 1<sup>er</sup> vendeur de lingerie sur le net, le CA est X par 3.5



## ● RESPONSABLE COMMERCIAL FRANCE

CARLIN CREATIVE TREND BUREAU | Jun 2003 - Dec 2006

Après cette expérience en production, le marché de l'emploi étant très tendu après l'attentat du World Trade Center, je décide de retourner dans les bureaux de style, je prends la Responsabilité de la vente des services de l'entreprise sur le périmètre France.

Cela concerne à la fois la vente des cahiers de tendance mais aussi la vente de conseil marketing/style.

Les fabricants de tissus, de fil, mettant la clé sur la porte, j'élargie les cibles et j'approche des secteurs totalement différents (l'automobile, la papeterie, la décoration...) Je convaincs ma direction de prendre un stand au salon Maison & Objet.

Ce métier m'apprend à être en éveil en permanence, à observer ce qui se passe autour de moi et à développer ma curiosité.

J'aborde des sujets différents tous les jours "le matin je parle de petites culottes, l'après-midi d'automobile" cela est très enrichissant pour moi.

Je parle de plateforme de marque, d'ADN de marque, de lancement de produits, d'élaboration de collection, de prospective à 18 mois, à 5ans. J'apprends la vente de services BtoB.

L'information disponible sur internet n'étant pas celle d'aujourd'hui, j'élabore des retail tours personnalisés pour mes clients qui en sont fans.

Je suis amenée à faire des présentations de tendance lors de salons professionnels, je remplace mon collègue sur l'international pour une série de conférences à Moscou et St Petersburg et j'accompagne l'agent russe en rdv sur des comptes clés.

## ● Assistante de production

Vanessa Bruno | Jan 2002 - Dec 2003

Je me passionne pour les créateurs et la création, je décide de retourner à l'école pour apprendre le métier d'acheteur/Chef de produit afin d'élargir mes compétences.

Dans ce contexte, je dois effectuer un stage et je décide que ce sera chez Vanessa Bruno une créatrice que je trouve talentueuse et dont son univers et ses créations me parle.

Je rentre au service production en tant qu'assistante de la Responsable Production, c'est une chance inouïe de pouvoir apprendre ce métier qui est le "nerf de la guerre" de l'industrie de la Mode.

J'apprends les achats de tissus, d'accessoires ainsi que de lancer des productions.



Je lance la 1ère production en Chine, j'élabore et envoie les fiches produits.

je lance la fabrication du fameux cabas! je choisis les associations couleurs entre les paillettes et la toile!

Je fais du contrôle qualité .Je participe à la vente en showroom . A la suite du stage, un contrat m'est proposé pour remplacer un congé maternité, je peaufine mon apprentissage!



### ● **Commerciale France**

Promostyl | Jan 1998 - Dec 2001

Après une expérience terrain, je souhaite aborder et comprendre la Mode dans son processus créatif, je découvre l'existence des bureaux de style par un reportage à la télévision.

Un concours de circonstance m'amène à rencontrer dans une soirée une styliste qui travaillait chez Promostyl (pionnier des bureaux de style), je lui envoie mon CV.

Mon job consiste à vendre les outils de l'agence à savoir les cahiers de tendance aux directions style et marketing des marques textiles, d'organiser des conférences pour présenter aux clients les tendances des saisons à venir.

Je travaille au quotidien entourée de créatifs, j'apprends à dialoguer avec eux , à m'adapter des publics différents (PDG, Directions Style, Direction Mktg...).

j'y apprend comment s'élabore un processus créatif, une plateforme de marque, un développement de collection.

Je développe une curiosité concernant tout ce qui touche aux domaines de la Mode, de l'Art, du Design, de l'Architecture, sociologique. Je me nourris de toutes ces rencontres et j'affine ma connaissance des marques.



### ● **Responsable Adjointe Boutique Galerie Vivienne**

Jean Paul Gaultier | Jan 1997 - Dec 1998

Jean-Paul Gaultier étant un de mes créateurs préférés depuis mon adolescence, je mets toute mon énergie pour me faire embaucher à la boutique où j'occupe le poste de responsable adjointe.

Ma mission est de manager une équipe de 6 vendeurs, d'organiser le planning des présences, distribuer les tâches, participer aux achats, faire le merchandising de la boutique, organiser des événements pour les clients VIP et m'occuper des clients VIP.

Je découvre le fonctionnement d'une boutique de luxe, je fais mes 1ere armes en management et achat, je prends plaisir à conseiller & accompagner & fidéliser les clients.



### ● **ACCELERATRICE BUSINESS PAR LA SELECTION DE PARTENARIATS A VOTRE IMAGE & PERFORMANTS**

BRANDLIGHT | Jun 2021 -

Le contexte économique nous invite à avancer groupés à co-créer, à collaborer, à jouer l'intelligence collective plutôt que de pratiquer le chacun pour soi.

Mettre en place des actions de partenariats au service du développement business me parait être une solution maligne pour les marques car + efficace, + agile, + résiliente en cas de crise, + contemporaine en valeur perçue pour les clients.

Forte de ma solide expérience acquise chez Veepee et dans les agences de créativité & d'innovation et de ma vision personnelle, la création de BrandLight m'est apparue comme une évidence car je suis convaincue que les partenariats sont vos meilleurs médias.

Faire appel à Brandlight c'est s'offrir l'experte en Digital/Marketing/Business qui va t'accompagner

à construire une stratégie de partenariats singulière et performante en accord avec ton ADN de marque.

Programme Ambassadeurs & influence (des experts)

Stratégie Philanthropique (choix des associations, communication responsable)

Co Branding (collaborations...)

Accompagner les lancements de produits

Packager des offres

Sponsoring d'évènements

Chercher des sponsors pour vos évènements

Comment Brandlight peut vous aider?

Les 12 bénéfices de la proposition de valeur de Brandlight:

Doper ta visibilité  
Augmenter ta notoriété  
Booster ton CA  
Accroître ta désirabilité  
Engager ton audience  
Gagner des leads & followers  
T'apporter de la valeur, du sens  
Enrichir ton territoire de marque  
Positionner ta marque comme un média  
Te singulariser  
Pimper ta marque employeur  
Varier tes propositions  
Renouveler ton offre  
Créer du contenu exclusif

Mais pas seulement...qui va négocier, planifier et faire le suivi en bref qui prend en charge l'opérationnel de la stratégie proposée.

Mes secteurs de prédilection: Cosmétique,Deco, Mode, Food & Wine, Hospitalité, Médias, Culture & Sport, Art, impact environnemental.  
Echangeons autour d'un  
#partenariats#collaborations#marketing#communication

## Education & Training

---

- 2021 - 2021 ● **L'École Française**  
PROMOUVOIR L'ACTIVITE D'UNE ENTREPRISE SUR INTERNET,
- 2001 - 2002 ● **GRETA Midi-Pyrénées**  
Acheteur/Chef de produit,
- 1993 - 1994 ● **Universitat de Barcelona**  
Mention,
- 1991 - 1993 ● **ESICAD**  
– BTS Actions Publicitaires et Communication,
- 1991 ● **LYCEE ALEXIS MONTEIL-RODEZ**  
Baccalauréat,