



Jonathan Belkadi

MARKETING & BRAND LEAD
MANAGER

Metz, France

[Portfolio link](#)

[Portfolio file](#)

[View profile on Dweet](#)

Links

[LinkedIn](#)

Languages

French (Native)

English (Work Proficiency)

About

Senior Manager with + 10 years of experiences in the marketing scope – digital, brand, customer, communication and distribution - at a local level (France)

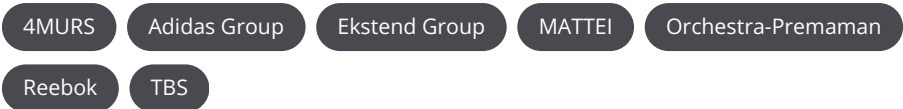
7 engaging roles in 5 competitive markets. Involved with 7 fantastic brands.

Key Responsibilities:

Digital Marketing, Brand Communications, Brand Creative, Media, Retail Marketing, Budget Ownership and allocation, Marketing Plan execution at local level.

If you are interested to go further, reach me at jonathan.belkadi@gmail.com

BRANDS WORKED WITH



Experience



● Responsable de la Marque et Médias

4MURS | Jun 2020 - Now

Mission clé : concevoir et deployer les stratégies Marketing, de Communication et eCommerce. Au sein du département Marketing (Communication, Concept et Collections). > Management du pôle Brand Communication eCommerce, 20 collaborateurs dont 4 team leaders. Pilotage de 5 activités majeures au service du business et des enjeux Marketing : 1. Brand Content 2. eCommerce et Omnichannel 3. Communication et médias 4. PR et Influence 5. Social Media et activations Key topic : redéfinition de la plateforme de marque enseigne Lancement du nouveau territoire de marque "concept store très inspiré" (Avril 2021) Refonte architecture datas (février 2022) Refonte eCommerce (en cours, roadmap Juin 2022) Campagne TV 2021: le beau qu'on veut garder pour soi Campagne TV 2022 : découvrez plus de 100 marques dénichées rien que pour vous.



● Digital & Social Media Manager

MATTEI | Jun 2019 - Jun 2020

Mission clé : piloter les activités Digitales en étroite collaboration avec la direction de l'entreprise Groupe Pietra Brasserie

- Construire la nouvelle plateforme de marque pour harmoniser les prises de paroles de la marque / entreprise
- Piloter les campagnes médias "Digital first" (>70% budget médias)
- Déployer directement les contenus Social Media
- Piloter et orchestrer les différents partenaires (experts indépendants, agences, régies médias...), les projets de communication digitale pour étendre l'empreinte et le rayonnement de la marque auprès des cibles identifiées (refonte du site web principal de la marque avec E-shop, ouverture et animation des comptes Social Media, stratégie SEO, SEA...)
- Gérer le budget de communication au quotidien
- Construire en collaboration directe avec le fondateur et les experts créatifs,
- Produire et déployer les contenus pour alimenter les différents canaux de communication de la marque, principalement Digital et Social



● Business Partner - SKODA France

Ekstend Group | Jun 2017 - Jan 2018

Mission clé : piloter le programme Marketing et de communication du réseau de distribution du client SKODA France (140 concessions)

- Participer aux réflexions d'amélioration et de développement des activités agence et client
- Consolider, analyser et partager les activités clés effectuées dans le réseau SKODA

- Préparer puis déployer lesancements stratégiques produits au sein du réseau (exemple : lancement KAROQ)
- Orchestrer la mise en place des actions de communication locale avec les experts medias et les coachs Marketing (brief media, proposition du plan de communication, lancement du plan et suivi des résultats)
- Déployer toute les initiatives Marketing destinées au réseau SKODA (exemple : Google My Business)
- Partager les infos du siège vers le réseau avec l'aide des coachs marketing et de l'équipe siège



● Digital Communication Expert

Reebok | Oct 2015 - May 2017

- Mission clé => Participer au lancement des plans de communication on-line, l'influence marketing et le CRM pour les catégories Sports et Fashion
- Participer aux réflexions stratégiques et aux arbitrages budgétaires
 - Briefer et déployer les plans de communication digitaux en atteignant les objectifs Marketing et Business
 - Accompagner l'animation des comptes RS en collaboration étroite avec les experts (validation du roll out social, création de contenu, animation paid media, actions réactives, e-influence, blog Reebok)
 - Piloter le déploiement des initiatives avec nos partenaires (Spartan Race, La Parisienne, salon du Fitness)
 - Animer les RP en collaboration avec les médias (communiqué rédactionnel, communiqué de presse, placements produits)
 - Préparer et lancer les communiqués de presse pour la marque (lancement de produit, annonce de partenariat et de sponsors...)
 - Collaborer avec des influenceurs pour co-créeer du contenu et activer des dispositifs
 - Déployer des activations digitales et sociales en collaboration avec les influenceurs (event, lancement produits, campagnes de marque)
 - Proposer et déployer toutes les activations CRM visant à recruter 150.000 nouveaux leads en 2016 (partenariats web, plan de recrutements "lead generation", activations Marketing diverses)



● Brand Communication Manager

Reebok | Sep 2013 - Dec 2015

- Mission clé => Piloter les plans de communication pour les BU « Brand » et « Sports » en France
- Participer aux réflexions stratégiques et aux arbitrages budgétaires annuels pour adapter et transformer une vision stratégique en réalité opérationnel pour le marché
 - Proposer et activer des partenariats locaux médias (Vice, Running International, Zippy Pass...)
 - Proposer et déployer les plans de communication en atteignant les objectifs Marketing et Business
 - Accompagner l'animation des RS en collaboration étroite avec le CM et l'agence (validation du roll out social, création de contenu, actions réactives, e influence, blog Reebok)
 - Piloter le déploiement des initiatives avec nos partenaires (Spartan Race, La Parisienne, salon du Fitness)
 - Piloter le partenariat mondial entre ITS et Reebok au niveau France en adaptant les recommandations stratégiques au marché Français
 - Proposer un plan d'action Marketing 360 saisonnier pour animer le partenariat (Objectifs, KPI's, Budgets, plan de recrutement, plan de communication, activations Marketing, Brand Content, offre promotionnelle)

● Sell-Out Expert

Adidas Group | Oct 2012 - Oct 2013

- => Dynamiser le sell-out pour le compte Decathlon (Key Account) et les régions Est et Nord 1 / Stratégie
- Participer aux réflexions stratégiques pour le compte et aux arbitrages budgétaires
 - Proposer des nouveaux leviers de sell-out adaptés au compte pour atteindre les objectifs Marketing et business
 - Analyser et partager des analyses de revente produits avec les équipes sales et les chefs de produit 2 / Marketing et Sell-Out
 - Analyser les performances sell-out et définir les actions Marketing pour générer des ventes au sein des magasins Décathlon et des régions Est et Nord

- Créer, produire et déployer les outils marketing et de communication dans les magasins concernés
- Développer les argumentaires Marketing et Vente pour les équipes Sales et les coachs Marketing
- Analyser les résultats des actions et proposer des recommandations pour améliorer les initiatives
- Piloter les budgets alloués
- Reporting réguliers 3 / Brand Content
- Créer, proposer et produire tous les éléments de communication in et out of store (PLV, Kakémonos, affichage 4*3...)
- Collaborer avec les équipes juridiques pour rédiger et valider toutes les conditions des activations Marketing (jeux concours, CGV, offres spécifiques) 4 / Coordination des coachs marketing
- Préparer et présenter lors des points de passage les actualités Marketing et un résumé de l'activité des coachs aux Managers (Area Manager)
- Déployer et présenter les outils marketing pour les coachs (outils, logistiques, supports de vente, analyses...)

● Area Store Marketing Manager

Adidas Group | Jan 2011 - Sep 2012

Mission clé => Dynamiser le sell-out sur un périmètre régional 1 / Stratégie

- Participer aux réflexions stratégiques pour la cellule "Win the Shopper" pour garantir le déploiement du projet OSON (Offensive Sell-Out) en France pour adidas et Reebok
- Proposer des nouveaux leviers de sell-out adaptés pour atteindre les objectifs Marketing et business
- Analyser et partager des analyses Sell-out avec les équipes 2 / Marketing, Communication et Sell-Out
- Analyser les performances sell-out des régions et proposer des actions Marketing pour générer des ventes au sein des régions Sud-Ouest et Ouest
- Créer, produire et déployer les outils marketing et de communication dans les magasins concernés en collaboration avec l'équipe
- Développer les argumentaires Marketing et Vente pour les équipes Sales et les coachs Marketing
- Analyser les résultats des actions et proposer des recommandations pour améliorer les initiatives
- Assurer directement l'exécution des événements avec les athlètes adidas et Reebok
- Former directement les Coachs Marketing ou des prestataires ponctuels
- Piloter les partenariats locaux avec clubs, artistes et indépendants (testing produits, événements magasins ...)
- Piloter les budgets alloués pour mes régions
- Reporting réguliers 3 / Brand Content
- Proposer et produire tous les éléments de communication in et out of store en collaboration avec les agences créatives (PLV, Kakémonos, affichage 4*3...)
- Collaborer avec les équipes juridiques pour rédiger et valider toutes les conditions des activations Marketing (jeux concours, CGV, offres spécifiques) 4 / Management transversale
- Aider les Area Manager à piloter les activités des 2 coachs Marketing à Toulouse et Bordeaux
- Préparer et présenter lors des points à date les actualités Marketing et un résumé de l'activité des coachs aux Managers (Area Manager)
- Déployer tous les outils Marketing pour les coachs marketing (logistiques, supports de vente, analyses, primes à l'achat)

● Ass. Chargé Trade Marketing / CRM

Orchestra-Premaman | Sep 2009 - Aug 2010

- => Déployer le plan Trade Marketing en magasin et activer la BDD client Contrat de stage de 1 an au sein du service Trade Marketing et CRM 1 / Trade Marketing
- Préparer et déployer le plan Trade Marketing vers le réseau de distribution Orchestra pour mettre e, avant les initiatives Marketing et les produits en magasins (ILV, PLV, vidéos...)
- Négocier directement avec les fournisseurs les prix dans le respect du budget Trade Marketing alloué
- Suivre toute la logistique de la création jusqu'à la livraison des éléments en magasin dans le respect des timing exigés 2 / CRM
- Animer la BDD clients pour les fidéliser et convertir en acte d'achat (drive

to web et drive to store) en participant à la création du contenu pour les différents canaux (SMS, emailing, mailing)

- Participer à la conquête des nouveaux clients (PRM) pour augmenter la BDD clients (dispositifs affiliation principalement)



● **Ass. resp de magasin**

TBS | Sep 2004 - Aug 2006

En contrat d'apprentissage pour deux ans sur un rythme 40/60% école/magasin Assister au pilotage quotidien de l'activité commerciale et marketing du magasin (Merchandising, Trade Marketing, vente, réassort, comptabilité)