



JÉRÉMY DUMONT

PLANNEUR STRATÉGIQUE

27/07/1973

6 rue Budé, 75004 Paris
pourquoitucours@yahoo.fr
06.09.86.48.63

MON EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

- **IPSOS, PARIS (Institut d'études publicitaires)** 01.2012 à 04.2013
DIRECTEUR DIGITAL - Mars (Europe) - Yahoo - aufeminin.com - Sanofi - Samsung - La Poste - Heineken
 - Développement d'études avec les directeurs du digital américains pour évaluer la performance des actions digitales des marques : bannières, brand content, réseaux sociaux.
 - Mise en place de la collecte des datas : tags/cookies, navigateur, plateforme d'écoute
 - Packaging de l'offre avec le marketing : vision d'IPSOS sur le digital, présentations commerciales, fiches produits
 - Présentation de l'offre aux clients, rédaction des propositions commerciales
 - Soutien aux équipes commerciales multimédia : analyse des datas et recommandations
 - Gestion du pilote LIVE TEST en mode R&D avec La Poste pendant un an
 - Réalisation de l'étude «les bénéfices du brand content vidéo pour les marques sur 500 consommateurs / internautes» en partenariat avec YAHOO pour le palmarès IPSOS 2012
- **IFOP, Paris (institut d'études publicitaires)** 2011 (6 mois)
DIRECTEUR DIGITAL - L'Oréal (Monde) - Danone (Europe) - Garnier - Philip Morris
 - Création d'études pour comprendre les consommateurs à partir de leurs conversations en ligne : profiling (Social listening), parcours dans le temps (Netnographie), concepts (Co-création)
 - Sourcing de nouveaux outils et signature de contrats avec des prestataires de technologies
 - Développement de nouveaux protocoles d'étude et définition des livrables
 - Rédaction de la vision, des présentations commerciales et des fiches produits
- **POURQUOITUCOURS, Paris (planning stratégique)** 2006 à 2011
CONSULTANT EN COMMUNICATION INTERACTIVE - Orange - Kronenbourg - IDTGV - Crédit Coopératif LVMH - CASINO - Publicis - Draft FCB
 - Accompagnement des annonceurs pour définir leur stratégie de communication, marketing, media en amont des briefs aux agences :- Analyse des tendances : nouveaux usages, modes de consommation comportements d'achat
 - Développement de concepts: nouveaux produits, services ou devices et postures de marque - Création publicitaire : sites webs, brand content, réseaux sociaux, presse, TV, événements.
 - Brief Agences : short lists d'agences, mise en compétition, sélection créative, budget
 - Management d'équipes : workshops pour faire travailler ensemble les annonceurs, brainstormings pour faire émerger les idées, cadrage des créatifs pour remporter les pitches.
 - Prospection de nouveaux clients : RDV clients, rédaction de l'offre, propositions de services
 - P&L de la SARL pourquoitucours et management de 2 planneurs stratégiques juniors
- **LOWE STRATEUS, Paris (agence de publicité multimédia)** 2000.2005
DIRECTEUR CLIENTÈLE - Omo (Europe) - Signal (Europe) - Coca Cola - Fruit D'Or - Sécurité routière
 - Définition de la stratégie de communication avec le directeur du planning : prix EFFI «OMO les singes»
 - Développement de concepts : positionnement de marques (brand keys), création de nouveaux produits (concept boards), plateformes de communication (plan d'action)
 - Analyse des données : études marché / consommateur, rédaction de rapports de tendance, mapping des stratégies de communication des marques
 - Inspiration des créatifs : insights consommateurs, pistes créatives, mood boards
 - Gestion des clients : prise de briefs, recommandations, validations créations / budgets / planning, reporting sur les projets, négociation avec les parties prenantes
 - Coordination internationale avec les agences du réseau et les agences media partenaires
 - Management de 2 chefs de projets
- **ARNELL GROUP, New York USA (agence de design)** 1998.1999
CHEF DE PUBLICITÉ - Tommy Hilfiger (USA et Monde)
 - Coordination des actions de communication de Tommy Hilfiger avec les directeurs de marque:
 - Tous les produits : mode, sportswear homme / femme, footwear, accessoires, parfums
 - Tous les supports : presse, affichage, radio...jusqu'aux étiquettes produits
 - Tous les pays du monde : USA, Japon, Europe, Moyen Orient...
- **PUBLICIS GROUP, New York USA (agence de publicité multimédia)** 1995.1998
CHEF DE PUBLICITÉ - L'Oréal - Giorgio - Armani - Cacharel (USA)
 - Coordination des actions de communication avec les directeurs de marque :
 - tous les produits : maquillage, beauté, parfums
 - tous les supports (TV, presse, radio, mailing)
 - aux USA, dans le cadre de la charte graphique définie par Publicis France.

MA FORMATION

- **INSEEC (Bac + 4, école de commerce) Bordeaux, France** 1992.1995
Spécialisation de fin d'études en « politique générale d'entreprise »
- **FORDHAM UNIVERSITY, New York, USA** 1994
Spécialisation en « comportement des consommateurs »
- **OUVERTURE INTERNATIONALE (trilingue français, anglais, espagnol)**
Séjours de 5 ans aux USA, 2 ans en Argentine, 3 ans en Irak, 2 ans en Libye.

MES ACTIVITES

- **CRÉATION D'UN RESEAU INTERPROFESSIONNEL**
PSST « Opinions et tendances 2.0 »
 - Le vide poche (blogs) : www.levidepoches.fr
 - PARIS 2.0 (conférences) : <http://www.amiendo.com/brandedentertainment>
 - Les apéros du jeudi (événements) : www.lesaperosdujeudi.com
- **RÉDACTION D'ÉTUDES SUR LES TENDANCES**

Les expériences de marque **transmedia** de la TV à facebook en passant par le mobile, le **branded entertainment**, l'impact de **youtube** sur la communication, la mesure de l'**efficacité** du digital, le **community Planning**, le **storytelling**, la grande **conversation** digitale, la valeur de l'information en ligne, les **services** en mobilité, la **banque** participative, l'analyse des traces digitales, les sources de **crédibilité** dans la publicité, l'impact du digital dans le **luxe**, l'**expérience de marque** sociale, la mise en scène de soi sur **Facebook**, ...
www.slideshare.com/jeremydumont
- **ANIMATION DE FORMATIONS**
 - Formation en **planning stratégique** pour Stratégies et Media Institute, en **emarketing** pour CEGOS, en **brand content** pour DEMOS, et en **community management** pour la CCIP.
 - Cours dans les écoles : HEC, CNAM, ESP, Sup de Pub, Ecole de Design de Nantes, IESA multimédia et l'Institut des médias, ISCOM
- **CE QUE J'AIME**

Le mélange des genres de **PHILLIPE DÉCOUFLÉ**, <http://www.visionaireworld.com>, les séries comme **GAME OF THRONES** ou **MAD MEN**, la générosité de **TATI**, les sièges à deux des MK2, quand François Chalais interroge ses invités pour **CINÉPANDRAMA**, prendre des photos avec **INSTAGRAM**, les personnages de **FELLINI**, le langage des signes, les **REPORTAGES** du genre « les nouveaux explorateurs », l'application **LIVING EARTH** pour mobiles, courir le long de **LA SEINE** avec des écouteurs, la lumière de **LOS ANGELES**, observer les gens vivre, la créativité de **MICHEL GONDRY**, l'humanité de **WOODY ALLEN**, les grands formats d'**ANDRÉAS GURSKY**, la curiosité de **SOPHIE CALLE**, la décadence de Cuba, les meubles en série d'**HEYWOOD WAKEFIELD**, Depeche Mode, **RIRE**, <http://www.arteradio.com>, l'abstraction rassurante de **NICOLAS DE STAEL**, le chaos culturel de **LA TURQUIE**, l'esprit contradictoire de **PICABIA**, le before du **GRAND JOURNAL**, le pop art, la nature vue par **ANDY GOLDWORTHY**, <http://www.d-i-r-t-y.com>, les couleurs de **ROTHKO**, jouer aux cartes, la maison dans la montagne de **FRANK LOYD WRIGHT**, l'excessivité d'être des années 80, les chorégraphies de **BLANCA LI**, la gentillesse de **SEMPÉ**, les gestes de **SIDI LARBI CHERKAQUI**, les chaussures en liberté de **GUY BOURDIN**, les espaces sans fin de l'**ARGENTINE**, les scénarios de **TONINO BENACQUISTA**, l'obsession chimérique du voyageur des limbes **AXEL MOONSHINE**, le panorama sur paris depuis l'**ÎLE SAINT-LOUIS**, découvrir ce que les gens partagent sur Twitter depuis **HOOTSUITE**, la façon dont **PHILLIPE STARK** présente ses idées, le regard de **RYAN GOSLING** dans **DRIVE**