



**LAURENT BOUSQUET**  
**06 18 44 69 13**  
**lbousquet02@gmail.com**  
4 Clos du Verger  
69380 Les Chères  
Né le 28/09/1978 (38 ans)

**DIRECTEUR E-COMMERCE**  
17 années d'expérience dans le web  
Double expertise Marketing – Technique  
Vision transversale des leviers de croissance

## COMPETENCES CLES

- **Créer et lancer** des sites E-commerce BtoC et BtoB
- **Développer les ventes** en ligne en cohérence avec les autres canaux
- Piloter l'**acquisition** ainsi que les mécaniques de **conversion** et **fidélisation**
- Assurer le suivi des **performances**, et obtenir le meilleur **ROI**
- **Recrutement** et **management** d'équipe
- Faire **évoluer** un site et **arbitrer** les actions et projets
- **Expert** SEO

## EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

- 2016 à ce jour**    **DIRECTEUR DIGITAL (GROUPE VISIATIV – CA : 107M€ – 500 pers)**  
*Visiativ édite et commercialise une large palette de solutions pour les PME.*
- Objectifs : - Conception et déploiement de la stratégie digitale. Développement de la politique d'acquisition et de fidélisation. Optimisation des opérations marketing et suivi de la performance.
- Actions : - SEO, SEA, SMO. Community management (Facebook, Twitter, LinkedIn, Youtube). E-CRM : segmentation et campagnes emailing. Gestion plan média et campagnes on-line. Création nouvelle marque.
- 2010 à 2016**    **DIRECTEUR DEVELOPPEMENT (GROUPE LDLC – CA 285M€ – 500 pers)**  
*Pure Player de la vente en ligne de matériel informatique et High Tech.*
- Objectifs : - Mise en place d'une stratégie d'acquisition afin optimiser la visibilité des sites sur les moteurs de recherche et chez les partenaires. Faire évoluer les sites web en termes de fonctionnalité et d'ergonomie. Définir et mettre en place la meilleure stratégie omnicanal click & collect et développement des ventes mobile.
- Actions : - Refonte de [www.ldlc-pro.com](http://www.ldlc-pro.com). Lancement des versions « mobile ». Recrutement et management d'une équipe de 10 personnes. Optimisations seo. Management de l'affiliation (incentive, emailing). Optimisation du moteur de recherche interne. Création et analyse de KPI business. Benchmark concurrentiel permanent.
- Résultats : - Le chiffre d'affaires seo a progressé de 60 millions d'euros entre 2010 et 2016. Celui de l'affiliation a progressé de 20%. Le taux de clic du moteur de recherche est passé de 7 à 20%. Un service qui absorbe la quasi totalité des projets.
- 2009 à 2010**    **DIRECTEUR SEO (COBALINK INC – CA 6,5M€ – 50 pers)**  
*Régie publicitaire et édition de sites internet.*
- Objectifs : - Définition et mise en place de la stratégie SEO pour la totalité des sites du groupe.
- Actions : - Pilotage équipe de développeurs et de rédacteurs. Webmarketing & ergonomie. Lancement nouveaux sites.
- Résultats : - Selon les sites, progression entre 7 et 40% du trafic.
- 2005 à 2009**    **CONSULTANT SEO (DENTSU AEGIS – IPROSPECT – CA 9M€ – 50 pers)**  
*Agence de communication digitale et spécialisée.*
- Objectifs : - Définition de la stratégie en accord avec les objectifs client.  
- Audit et recommandations suivi d'un accompagnement client sur la mise en place et gestion de projet
- Actions : - Optimisations de différents types de sites : E-commerce, contenus, forums, plateforme vidéo...  
- Clients : [www.ldlc.com](http://www.ldlc.com), [www.rueducommerce.fr](http://www.rueducommerce.fr), [www.clarins.fr](http://www.clarins.fr), [www.aufeminin.com](http://www.aufeminin.com), [www.inrs.fr](http://www.inrs.fr), [www.kewego.fr](http://www.kewego.fr)...
- 2000 à 2005**    **RESPONSABLE MARKETING (GROUPE PIERRE ET VACANCES – CA 1500M€ – 11000 pers)**  
*Leader du secteur des villages et des résidences de vacances.*
- Objectifs : - Elaboration et optimisation des stratégies marketing en fonction des positionnements des marques  
- Assurer la migration d'un site vitrine vers une nouvelle version e-commerce ([www.maeva.com](http://www.maeva.com))  
- Refonte complète d'un site E-commerce ([www.pierreetvacances.com](http://www.pierreetvacances.com))
- Actions : - Analyse de marché, détermination des cibles et choix des axes promotionnels  
- Conception et mise en place des partenariats et de la stratégie CRM (emailings, jeux concours...)  
- Analyse concurrentielle, identification des besoins client  
- Analyse des résultats et optimisations ROI  
- Gestion des prestataires

## FORMATION & LANGUES

ESCEM : école de commerce, promotion 2000 Orléans  
Anglais : professionnel (formation Berlitz en cours)