



# Grégory LECOUTRE

- 06.20.55.15.62
- [gregory.lecoutre@gmail.com](mailto:gregory.lecoutre@gmail.com)
- [Linkedin](#)

## SOFT & HARD SKILLS

### Leadership & Management de transition

- Vision Stratégique et Management transversal
- Gestion du changement, transformation, Quick Wins
- Culture du résultat et créateur de valeur
- Gestion du changement et des environnements complexes

### Marketing & Gouvernance

- Marketing et communication 360° (online/offline)
- PIM (Product Information Management)
- Stratégie de marque et développement produit

### Expérience Client & Image

- Gouvernance de l'Expérience Client (CX)
- Gestion de la fidélité et e-réputation

### Spécialiste du secteur Tourisme & Loisirs

## DIPLÔMES & LANGUES

- Diplômé Grande École (Master E.S.C Troyes) 1998
- D.U.T Techniques de Commercialisation 1995
- Anglais (Courant)
- Espagnol (Opérationnel))

## HOBBIES



## PROFIL LINKEDIN



## MANAGER DE TRANSITION (CMO / CCO)

25+ ANS D'EXPÉRIENCE

STRATÉGIE 360° & EXPÉRIENCE CLIENT

Manager de Transition dédié à la résolution de problématiques stratégiques Marketing, Communication et Expérience Client (CX).

Mandats de transition cibles :

- **Direction de relais / Ad Interim** : Remplacement DirCom/CMO ou structuration d'un pôle Marketing
- **Transformation / Post-Fusion** : Alignement stratégique et cohérence de marques post-acquisition
- **Optimisation de la performance** : Marketing 360°, refonte CX (Outils, CRM), pilotage PIM cross-canal...

## EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

EUROPEAN CAMPING GROUP, Aix-en-Provence

Head of Communication, Content & Social Networks France & South Europe

2023 - aujourd'hui

- **Stratégie 360°** : Assurer la convergence et la cohérence de la communication de 3 marques (Homair, Marvilla Parks, Tohapi) post-consolidation. Définition et mise en œuvre des prises de paroles (TV, radio, presse, cinéma, affichage)
- **Content Factory** : Direction du pôle Contenu et du PIM cross-canal pour alimenter l'écosystème digital
- **Visibilité** : Pilotage de la stratégie Social Media et gestion des Relations Presse
- **KPI** : Augmentation de la notoriété spontanée de la master brand (x3)
- **Équipe & Budget** : Management : 15 personnes | Budget : 4M€ (achat média)

HOMAIR VACANCES SAS, Aix-en-Provence

Directeur de la Communication et Service Client \_ 2016 - 2023

- **Gouvernance CX** : Structuration complète du Service Client (Outils, CRM, Staffing) orienté expérience client, transformant une fonction support (ex-juridique) en centre de profit et de satisfaction. Direction du pôle Contenu et du PIM cross-canal. **KPI** : 100% des flux captés en année 1 : 15 000 contacts/an
- **Marketing** : Pilotage du plan de communication 360° et gestion des RP / réseaux sociaux de marque Homair autour de sa nouvelle identité. **KPI** : Déploiement 360° de la nouvelle identité (online/offline) en < 6 mois
- **Équipe & Budget** : Management : 4 personnes | Budget : 3M€ (achat média)

Responsable Marketing \_ 2012 - 2016

- **Omnicanal** : Pilotage de la stratégie marketing omnicanale et développement de l'expérience Client. Refondation complète de l'identité de marque (ADN, promesse, image) et structuration des fondamentaux marketing pour une croissance durable
- **Qualité & Data** : Supervision de l'optimisation de l'information produit (ligne éditoriale, iconographie)
- **Image** : Supervision de la collaboration avec le talent de la marque (Alain Bernard, talent stratégique)
- **Équipe & Budget** : Management : 4 personnes | Budget : 1,8M€

SMARTBOX, Courbevoie

Responsable Développement Produit et Editions \_ 2010 - 2012

- **Stratégie Produit** : Pilotage des coffrets (110 références) : Smart Box, Gault & Millau et Oh My Box. Industrialiser la production éditoriale pour soutenir l'hyper-croissance et la gestion d'un portefeuille de marques à fort volume
- **Marque** : Responsable du développement marque, gamme et lignes éditoriales
- **Équipe & Budget** : Management : 35 personnes | Budget : 1,4M€ (production)

CLUB MÉDITERRANÉE, Paris

Parcours de 11 ans : du Business Analyst au Marketing Stratégique (évolutions : 5 postes) \_ 1998 - 2009

Dernier poste (2006-2009) : Responsable Information Produit Monde

- **Structuration Globale (PIM)** : Pilotage, standardisation et déploiement de la solution PIM (Product Information Management) sur les marchés BtoB et BtoC
- **Envergure Multilingue** : Garantie de la qualité et de la cohérence de l'information produit (offres, descriptifs, médias) sur 11 langues et zones géographiques différentes
- **Digitalisation** : Supervision de la création, du design et de la gestion des contenus multilingues (textes et médias) des sites internet BtoC européens
- **Équipe** : Progression jusqu'à l'encadrement de 13 personnes