



**Benoit Millescamps**

06 80 66 07 77 - Montpellier  
benmilles@bonnie-and-com.fr

Bookcv [www.bonnie-and-com.fr/cv](http://www.bonnie-and-com.fr/cv)



## Compétences

Cerveau gauche - droit

- Créativité ★★★★★
- Intuitivité ★★★★★
- Goût du challenge ★★★★★
- Travail d'équipe ★★★★★
- Gestion de projets ★★★★★
- Management 👤👤👤👤👤👤

## Extras

1<sup>er</sup> au Grand Prix du public des "Trophées de l'e-Tourisme" 2010

5<sup>ème</sup> place des meilleures campagnes Vidéo 2009, Prix Benchmark Group

Conférencier en plénière sur Les 10 commandements de la communication Salon Voyage en Multimédia St Raphael 2011.

## Langues

Anglais / Espagnol / Globish courant

## Graphisme et PAO

Expert InDesign ; Photoshop ; Illustrator  
Montage Vidéo



## Savoir-être

Pragmatisme / Audace / Fiabilité /  
Bienveillance / Assertivité /  
Résilience / Curiosité / Jovialité

## Un peu de détente

Tennis, Squash, Badminton, Ski,  
Foot, Théâtre d'improvisation, BD,  
Moto, Art contemporain, Streetart  
Création Design de meubles,  
luminaires sièges et objets décoratifs

Crédo et ligne directrice : La communication, c'est avant tout du bon sens en action !

+20 ans d'expérience dans la mise en place de plans d'actions auprès de cibles variées  
BtoC, BtoB, Institutionnels,....



Communication

Marketing

Couteau suisse en communication et marketing opérationnel, spécialiste des approches multi-canaux et du ciblage comportemental.

- Plan de communication média et hors média (France, UK, All, NL, It, Be),
- Création de campagnes multi-supports, gestion de budgets et reporting,
- Conception-rédaction, créations graphiques et identité visuelle, parfaite maîtrise de la chaîne graphique et événementiel
- Définition des programmes d'acquisition et de fidélisation
- Mise en place de leviers de création de trafic off et on-line
- Spécialiste de la mise en réseau et de l'ingéniosité collective

## Parcours professionnel

○ **Consultant - Chef de publicité - Concepteur rédacteur** Depuis 2012  
**Agence Bonnie and Com', communication globale à 360°, spécialisée en Kommunikation Participative® et ateliers de créativité augmentée.**

### Budgets gérés en BtoC, BtoB et Collectivités Territoriales

EPTB Charente, Laval Agglo, Département du Maine et Loire, La Fabrique Participative, Ademe, Parc National des Cévennes. Comité Départemental du Tourisme des Hautes-Alpes, La route des vins de Provence, Comité Régional du Tourisme PACA, Comité Régional de Développement Touristique AUVERGNE, Agence de Développement Touristique AUBES, Destination La Grave - La Meije, Syndicat Hôtellerie de Plein Air du Var, Ford Services, ..

○ **Chargé de communication et prospective** CDD dec. 2017 - mai 2019  
Direction Régionale de la Stratégie Pôle emploi Occitanie  
Communication interne, gestion Intranet, réalisation vidéo, entretiens asynchrones

○ **Chargé de communication et de marketing** CDD mai 2017 - nov 2017  
Progress Partners, conseil en accompagnement du changement, formation Lean Management et coaching d'entreprise.

○ **Responsable de la communication & e-marketing** 2009 à 2012  
Promotion du Comité Départemental du Tourisme des Hautes-Alpes  
Gestion d'une équipe de 8 pers. - budget de 700 K€ / an.

○ **Chargé de la communication** 2006 à 2008  
Groupe Muller - Industrie des énergies électriques et énergie renouvelable pour les marques Noiro, Campa, Airélec, Applimo

○ **Chef de publicité junior** 2000 à 2005  
Agence Distrib.communication, conseil en communication et web-agency  
Budgets gérés de 15 à 300 K€ / an : Ford, Nissan, Land Rover, Jaguar, Cofinoga, Mr.Bricolage, GoSport, Habitat, Itinériss-Orange

○ **Assistant Marketing** 1998 à 2000  
Eur'Egide - Conseil en management d'accompagnement du changement

○ **Assistant Marketing Direct** 1995 à 1998  
Groupe DAFSA - Secteur des études sectorielles et de l'analyse financière

## Formation

🏆 1996 : D.T.A Marketing Opérationnel et Communication Interactive

🏆 1995 : D.U.T Tech de Co, option Marketing

# Les 10 commandements d'une stratégie gagnante

## Postulats de base

- La communication, c'est créer de la proximité et de la connivence entre une marque et son public.
- Quel que soit le produit, nous nous adressons toujours à des humains.
- La marque ou la destination doit prendre les codes de l'instant T et être en synergie avec le moment.
- Les budgets sont fixes, l'efficacité c'est aussi travailler à périmètre délimité.

### 1 Dans la peau de ton prospect tu te caméléoneras.

Objectif : dégager des axes de communication adaptés à chacun pour optimiser l'efficacité des messages.

### 2 Au-delà des outils, ton environnement t'inspirera.

Objectif : rester en phase avec son temps en assurant une veille permanente des tendances sociétales.

### 3 De la réclame à l'informatif tu passeras.

Objectif : Capter l'attention d'un prospect devenu pro-actif dans son acte d'achat en donnant du sens aux supports de communication.

### 4 De l'efficacité de ton budget tu te préoccuperas.

Objectif : Vive le ROI, même s'il n'est pas que quantitatif, il est impératif de toujours mesurer l'efficacité des budgets investis.

### 5 Dans l'alchimie des supports, du web tu feras ta pierre angulaire.

Objectif : générer du trafic qualifié vers les espaces numériques entre présence et infiltration.

### 6 De ta présence sur Internet tu affirmeras tes positions.

Objectif : gagner en visibilité au-delà de son propre périmètre de responsabilité.

### 7 De ta présence sur les réseaux sociaux, tu feras ta résonance numérique.

Objectif : augmenter son ADN (Action de Démultiplication Numérique) en animant les communautés.

### 8 Sans l'imposer, de ton e-réputation tu te préoccuperas.

Objectif : être vigilant pour pouvoir réagir et ne pas laisser des commentaires négatifs se perpétuer.

### 9 Du e-mobile, tu feras ton nouveau champ d'investigation.

Objectif : utiliser l'objet le plus affectif pour prolonger l'expérience produit de ses clients.

### 10 De ta ligne directrice, tu feras sérénité.

Objectif : garder une bonne cohérence dans les actions mises en place.

## Quelques exemples de budgets : print, web, streetmarketing,...

