

Kévin Braidy

Permis B, Français, 11 Décembre 1985

Daikan Plaza II - 902, 1-4-24 Hiranuma, Nishi-ku, Yokohama-shi, Kanagawa-ken, Japan 220-0023

kevin.braidy@gmail.com / +81 080-480-30278 / www.kevinbraidy.com



PROFIL

Diplômé d'un MBA américain, fort d'une expérience internationale enrichissante et d'une expérience professionnelle significative de gestion de produit et d'étude de marché dans le secteur automobile. Accompli, dynamique et créatif avec d'excellentes qualités de leadership et de relationnel. Proactif, autonome et systématiquement promu à des postes à plus hautes responsabilités tout au long de son parcours.

COMPÉTENCES

- Gestion Produit et Marque
- Leadership et Travail d'Équipe
- Management des Opérations
- Étude de Marché
- Planning Stratégique
- Développement Produit
- Econométrie
- Communication Marketing
- Gestion des Ventes

FORMATION

- Texas Tech University, Rawls College of Business** - États-Unis d'Amérique **2009 - 2010**
- MBA: Master of Business Administration (*Décembre 2010*)
 - Assistant Diplômé, Service des Programmes Internationaux
- Groupe Sup de Co Montpellier, ESC Montpellier** - France **2005 - 2010**
- DESCM: Grade de Master Bac +5 (*Décembre 2010*)
 - BSCM: Bachelor Honours in Science of Management (*Mai 2007*)
- Tecnológico de Monterrey, Campus Guadalajara** - Mexique **2006 - 2007**
- LAE: Licenciatura en Administración de Empresas (*Validation de Crédits ECTS*)

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Nissan Motor Co., Ltd. - Japon **Avril 2014 - Présent**
Analyste, Département Études Marketing Scientifique

- Élaboration d'outils d'aide à la prise de décision pour améliorer la compétitivité et la rentabilité de Nissan.
- Coordination et déploiement d'un modèle théorique statistique sur-mesure visant à évaluer le retour sur investissement et l'impact sur les ventes de l'ensemble des campagnes médias de Nissan.
- Production d'analyses et de différents plans d'action afin d'optimiser le pilotage de projets marketing en termes de vente et d'opinion de la marque.
- Mise en place d'une plateforme de simulation accessible par internet pour aider les équipes régionales à optimiser leurs plans marketing à iso-budget et être capable d'arbitrer entre l'ensemble des leviers du mix-marketing pour une meilleure planification des dépenses: rapport optimal entre coûts fixes et coûts variables, répartition optimale du budget entre médias publicitaires, couverture média idéale, etc.
- Contribution significative à l'Alliance Renault-Nissan en déployant le même modèle théorique statistique au sein du constructeur Renault.
- Négociation des différents contrats d'études de satisfaction de l'organisme indépendant JD Power pour Nissan à l'échelle globale.
- Support aux équipes du département des ventes de Nissan pour l'analyse de la satisfaction clientèle: essentiellement portant sur le service vente et après-vente.

Nissan Europe SAS - France **Août 2011 - Mars 2014**
Chargé d'Études, Département Études et Veille Concurrentielle

- Promotion au grade hiérarchique supérieur en Avril 2013.
- Management des études standards et ad hoc pour les projets des marques Nissan et Infiniti en région AMIE.
- Coordination des études « produits » en amont du cycle de développement: Segmentations, Profils de Clientèles, Ethnographies, Tests de Concepts, « Programmes de Placement à Domicile », Tests Dynamiques, etc.
- Mise en place de « car clinics » où les maquettes des futurs modèles sont évaluées de manière qualitative et quantitative face à un panel de véhicules concurrents.
- Contrôle du panel d'employés de Nissan en Europe pour une mise en place rapide et immédiate d'études quantitatives ou d'évaluations du design de futurs modèles.
- Organisation de travaux de recherche « ad hoc » visant à répondre aux besoins immédiats de l'entreprise sur différents sujets: loyauté, communication publicitaire, véhicules électriques, innovations technologiques, relation client ou développement réseau.
- Contrôle de l'ensemble des tâches liées au management de projets: élaboration et rédaction des appels d'offres, sélection des agences, gestion des budgets, élaboration des questionnaires et guides de discussion, conduite des réunions de lancement, suivi de terrain et traitement / analyse des données.
- Présentation des résultats de recherche aux clients internes et cadres exécutifs: Vice-Président du Département Études, Vice-Président Directeur du Design et divers membres du siège social ou des entités régionales.

Chef de Produit, Clio et Campus

- Développement et exécution de la stratégie marketing de la nouvelle Clio pour son lancement sur le marché britannique.
- Définition de la stratégie produit et du positionnement prix de la Clio sur le marché automobile au Royaume-Uni.
- Construction de la gamme Clio (Berline, Estate et Renaultsport): sélection des équipements et des motorisations.
- Contrôle du niveau de production et de stock: prévisions précises sur le niveau de commandes à court et à long terme.
- Coordination de l'ensemble des tâches administratives liées au lancement de la nouvelle Clio sur le marché.
- Production de rapports réguliers sur les indicateurs de performance: commandes, immatriculations, marges et prix.
- Organisation de séances de brainstorming et développement de séries limitées sur la gamme (Rip Curl et TomTom).

Assistant Chef de Gamme, Gamme I et Offres Financières

- Mise en place de la stratégie marketing des véhicules de la gamme I avec le chef de gamme et les chefs de produits.
- Production d'analyses de performances sur les commandes et les immatriculations des véhicules de la gamme I.
- Réalisation d'études de positionnement prix: photoprix trimestriel, indice des prix mensuel et analyses Jato[®].
- Mise à jour des bases de données et d'informations sur la concurrence: offres financières, listes de prix et Jato[®] news.
- Réalisation de projets ad hoc: diagnostics, dossiers prix, analyses de marché et recherches internet.

Chargé d'Étude, Laboratoire de Recherche

- Analyse et audit du fonctionnement d'un laboratoire au sein d'un site de production du groupe PSA Peugeot Citroën.
- Production d'une étude de satisfaction dans le cadre du programme de croissance et de compétitivité: CAP 2010.
- Réalisation d'études quantitatives et qualitatives: interviews approfondies et enquêtes par questionnaire.

Assistant Chef de Projet

- Organisation d'événements dans le secteur médical: conférences, séminaires et foires.
- Analyse et amélioration des offres promotionnelles de l'entreprise pour la région Nord-Est en France.
- Coordination de plusieurs campagnes de marketing direct: mailing et phoning.

LANGUES ET INFORMATIQUE

Français:	Langue Maternelle
Anglais:	Courant
Espagnol:	Courant
Japonais:	Débutant
Informatique:	Mac OS X, Windows, Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Publisher et Outlook), Microsoft Access, Microsoft Project, iWeb, Dreamweaver, Sphinx Plus ²

DISTINCTIONS HONORIFIQUES

Rawls Scholarship: Aide au mérite attribuée pour l'année universitaire 2009 - 2010