

Hamza RACHYD

Responsable Marketing Digital et E-commerce

www.rachyd.fr | hamza@rachyd.fr | +33 7 58 62 98 03 | linkedin.com/in/hamza-rachyd



MON PROFIL

Passionné par le marketing digital, je conçois et optimise des stratégies multicanal axées sur l'expérience client et les résultats mesurables. Mon expertise inclut l'optimisation des parcours e-commerce, la gestion de campagnes SEA et le développement de solutions personnalisées pour maximiser l'engagement et la performance.

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Chargé de Marketing et de Communication Commerciale

Siège Carrefour - Massy France

Août 2024 - Présent

- Pilotage des plans d'animation commerciale** (priorisation des temps forts, orchestration 360°, coordination des équipes internes et franchisés), générant +5 % de CA sur les périodes clés et une hausse du trafic en magasin de +9 %.
- Déploiement opérationnel des campagnes omnicanales** (e-mail, site, print, SEA) avec suivi des performances (CA, taux de transformation, panier moyen, ROI).
- Mise en place et optimisation de campagnes CRM** (parcours automatisés de type welcome, anniversaire, cycle inactifs) :
 - Amélioration du RPE de 0,38 € à 0,57 € en 12 mois
 - +13 % de chiffre d'affaires généré par le canal CRM
- Pilotage du programme de fidélité** : optimisation des règles d'attribution et des mécaniques promotionnelles, contribuant à une augmentation du taux d'adhésion de 12 % et une hausse de la fréquence d'achat de +14 % chez les membres.
- Analyse des KPI CRM** (taux d'ouverture, CTR, conversion, RPE, LTV, churn) et recommandations d'optimisation continue.
- Refonte partielle de l'architecture du site** (menus, filtres, catégorisation) basée sur l'analyse des parcours utilisateurs (GA, heatmaps), améliorant le taux de conversion de +9 % et réduisant le taux de rebond de 5 %.
- Gestion des supports print** (chemins de fer, briefs créatifs, validation produits, suivi de production) dans le respect des délais et budgets, avec un taux de conformité de 100 % sur les opérations nationales.

Chargé de Marketing Digital

SPICE pour les chefs - Rungis France

Octobre 2022 - Août 2024

- Optimisation des parcours e-commerce** (navigation, tunnel d'achat, fiches produits), contribuant à une hausse de +1 à +3 % du taux de conversion sur certaines pages clés.
- Structuration et gestion des contenus e-commerce** (fiches produits, pages collections, éditorial), favorisant une meilleure compréhension produit et augmentant les interactions (+4 à +11 % de clics sur certaines pages).
- Production et optimisation des fiches produits**, contribuant à une hausse du taux d'ajout au panier de +2 % à +4 %.
- Réalisation de tests A/B et optimisations continues**, validant les choix UX et éditoriaux.
- Développement de plugins** : création de plugins WordPress en PHP et JavaScript, ajoutant des fonctionnalités spécifiques telles qu'un programme de fidélité et un tableau de bord personnalisé permettant le suivi des commandes entre l'équipe et les préparateurs, avec envoi d'e-mails automatiques à chaque étape de préparation et d'expédition.
- Utilisation de la suite Adobe** (Photoshop, Illustrator, InDesign) pour la création de bannières et de supports promotionnels.

PARCOURS ACADÉMIQUE

Master Expert transformation digital

Digital School of Paris, Paris France

2024 - 2026

Master Ingénieur d'affaires

Skale Business School, Antony France

2022 - 2024

SOFT SKILLS

Orientation résultats, Autonomie & prise d'initiative, Force de proposition, Curiosité & veille continue, Adaptabilité

HARD SKILLS

SEO / SEA (Google Ads, Meta Ads, SEMrush), **Outils CRM** (HubSpot, Salesforce, Brevo), **Analytics & Data** (GA4, Hotjar, Looker Studio), **Marketing Automation & Email Marketing** (ActiveCampaign, Mailchimp), **E-commerce & UX** (WordPress, WooCommerce), **Développement web** (HTML, CSS, JavaScript, PHP), **Marketing omnicanal, Design & Print** (Photoshop, Illustrator, InDesign, Canva).