

Cyril ALBERT  
Né le 29/06/1971 à Fresnes (94)  
+33 6 86 32 30 20  
[cyril.albert71@gmail.com](mailto:cyril.albert71@gmail.com)

Directeur MarketPlace/DropShipping et E-Commerce -  
Direction Achats/Offre stratégie de l'Offre –  
Direction Commerciale Business Development

## RESUME DE CARRIERE

**2024 :** *Manager de transition en Direction MarketPlace ou Direction Achats stratégie de l'Offre*

**2022 -2023 :** *WineSmart Groupe WineSitting- - 92 – Boulogne Billancourt  
Activité : Stockage et Vente de vins et spiritueux en ligne C.A. 4.5 Millions€ - 50 salariés -*

- **Fonction occupée : Directeur de l'Offre (Direction Commerciale et MarketPlace)**
  - *Mission : Définir Budget prévisionnel 5 ans sur la MarketPlace pour actionnaires.*
  - *Résultat obtenu : Ecriture des budgets prévisionnels sur 5 ans, en Volume d'Affaires, Commission/Marge et définition des effectifs. Etude des marchés cibles de vente de vins et spiritueux on-line. Validation des actionnaires.*
  
  - *Mission : Audit équipe existante (10 personnes).*
  - *Résultat obtenu : Après audit, entretiens, proposition de restructuration des équipes en place avec plan de départ et plan de montée en compétences pour ceux restants.*
  
  - *Mission : Plan de départ sur effectifs non adéquats et recrutement nouveaux.*
  - *Résultat obtenu : Fin de contrat pour certains, négociation ruptures conventionnelles pour d'autres (6 personnes parties et 3 recrutés).*
  
  - *Mission : Montée en compétences des collaborateurs restants.*
  - *Résultat obtenu : Formation aux « Techniques de vente » sur 1 journée et mise en place « jeux de rôles » Clients/Prospects à raison d'1/2 journée par trimestre.*
  
  - *Mission : Mise à jour CRM HubSpot.*
  - *Résultat obtenu : Optimisation des scripts et tunnels de pipelines existants, nettoyage des bases clients. → Nettoyage et redéfinition effectifs des bases existantes pour avoir des pipelines « propres » et exploitables par les équipes.*
  
  - *Mission : Mise à niveau outil Plateforme MarketPlace MIRAKL*
  - *Résultat obtenu : Formation et mise à niveau des connaissances sur l'outil Mirakl auprès des collaborateurs.*
  
  - *Mission : Définition et cadrage des missions des équipes.*
  - *Résultat obtenu : Rédaction de qui fait quoi et la responsabilité de chacun à son poste. Présentation et validation des missions et signature avenants.*
  
  - *Mission : Croissance Volume d'affaires MarketPlace*
  - *Résultat obtenu : Volume d'affaires sur année 2022 de 500 k€, et sur 10 mois glissants depuis ma prise de poste on est à 750k€ +80% de croissance.*
  
  - *Mission : Recrutement de nouveaux Partenaires Vendeurs qualifiés.*
  - *Résultat obtenu : Identification des cibles (vin/régions/appellations + Spiritueux et Bières). 145 partenaires vendeurs recrutés sur les 265 « en ligne »*

- *Mission : Organisation Présence salon Sirha Lyon Janvier 2023.*
- *Résultat obtenu : Organisation logistique et commerciale pour les 4 personnes s'y rendant. Récupération participations marketing auprès de partenaires → participation financière couvrant 30% des frais. 200 contacts prospects sur 5j.*
- *Mission : Prospection salon Vinexpo Paris Porte de Versailles Février 2023.*
- *Résultat obtenu : Plus de 300 rendez-vous pris en amont du salon – 350 rdv physiques réalisés lors du salon via 7 collaborateurs y compris moi-même.*

## **2013 -2022 : Groupe RÉTIF**

- 06 – Villeneuve-Loubet

Activité : Distributeur B2B à destination des commerçants indépendants C.A. 130 Millions€ - 600 salariés -

- **Fonction occupée : Directeur MarketPlace et Sourcing**

- *Mission : Projet de Lancement de la 1<sup>ère</sup> MarketPlace B2B en France*
- *Résultat obtenu : Gestion du « projet MarketPlace » + Définition stratégie cibles familles de produits + rédaction des contrats juridiques et évolutions de ceux-ci + recrutement des partenaires vendeurs + formation à l'outil Mirakl + onboarding partenaire et intégration produits + animation partenaires vendeurs + suivi des ventes + point d'entrée pour les partenaires et les magasins intégrés français.*
- *Mission : Lancement en 2014 d'une MarketPlace « fermée et sélective ».*
- *Résultat obtenu : Projet « live » 9 mois après mon arrivée en Juin 2014.*
- *Mission : Lancement de la prise de commande MarketPlace dans les magasins*
- *Résultat obtenu : Mise en production de la prise de commande dans les magasins intégrés français en Février 2016 – Précurseur en France pour une MarketPlace.*
- *Mission : Formation des équipes magasins intégrés + Service Clients RÉTIF.*
- *Résultat obtenu : Formation des magasins et Services clients RÉTIF. Rédaction d'un tutoriel, de plus de 60 pages, dédié à ces 2 entités.*
- *Mission : Tutoriel utilisation plateforme RÉTIF pour les partenaires vendeurs.*
- *Résultat obtenu : Tutoriel dédié et maintenu constamment à jour, de plus de 60 pages, pour utilisation de la plateforme MarketPlace RÉTIF – Outil SAAS MIRAKL.*
- *Mission : La MarketPlace doit permettre de fidéliser les clients existants et d'en recruter des nouveaux.*
- *Résultat obtenu : La croissance de la MarketPlace est 2 à 3 fois plus rapide que celle du web. Recrutement de nouveaux clients et fidélisation de ceux-ci*
- *Mission : La MarketPlace doit permettre au Groupe RÉTIF de devenir le « One Stop Shop » (Tout un même toit) pour le commerçant indépendant client RÉTIF.*
- *Résultat obtenu : Augmentation du nombre de l'offre disponible chez RÉTIF de 15 000 à 100 000 références disponibles et commandables par le client → x 7*
- *Mission : Mise en place de KPI dédiés MarketPlace*
- *Résultat obtenu : Mise en live de plusieurs indicateurs KPI MarketPlace sur Volume d'affaires, Commission, Taux de retour, qualité des commandes (complètes ou avec manquants, erreurs de préparation...), performance délai acceptation/expédition/livraison, suivi et traitement réclamations, ...*
- *Mission : Croissance du Volume d'Affaires MarketPlace*
- *Résultat obtenu : Entre 2015 (année complète de référence) et 2022 le Volume d'Affaires MarketPlace a été multiplié par 17.*



**2011 -2011 :** **GiFi Centrale d'Achats**

- 47 – Villeneuve-sur-Lot

Activité : Distributeur produits petits prix non-alimentaire

C.A. 700 Millions€ - 3 000 salariés -

● **Fonction occupée : Responsable Achats de 4 Business Units sur les 7**

- *Mission : Étude & audit de l'existant sur Process Achat entre la France et la Chine.*
- *Résultat obtenu : Préconisation process de travail entre équipe achats et sourcing basé en Chine.*
  
- *Mission : Management de 20 collaborateurs (Responsables de pôle + Chefs de Produits + Acheteurs + Chefs de Vente).*
- *Résultat obtenu : Management de proximité, mise en place d'entretien individuel annuel avec objectifs attendus annuels et projection de carrière des 2 parties.*
  
- *Mission : Budget ventes 395M€HT sur 4 business units sur les 7 du groupe (Saisonnier, Décoration, Linge de maison, Arts de la table)*
- *Résultat obtenu : Optimisation en amont du travail de l'équipe Sourcing avant les déplacements sur Shenzhen et Hong-Kong (3 semaines en octobre et en avril). Gain de temps et de productivité sur la sélection des fournisseurs.*
  
- *Mission : Recrutement et montée en compétences Responsable de Pôle.*
- *Résultat obtenu : Recrutement de la Responsable de Pôle « décoration » avec intégration, intégration et montée en compétences. Montée en compétences de la Responsable du pôle « saisonnier » → management, prise de conscience et de confiance en ces facultés, démystification de sa « non-légitimité ».*

**2011 -2011 :** **AVESTA CMS**

- 93 – Fontenay-sous-Bois

Activité : Distributeur B2B Informatique et Électronique Grand Public

C.A. 50 Millions€ - 40 salariés -

● **Fonction occupée : Directeur Commercial**

- *Mission : Étude & audit de l'existant*
- *Résultat obtenu : Entretien avec tous les employés de l'équipe Commercial, Achats et Marketing. Echange avec les responsables logistiques et SAV. Prescriptions aux PDG → propositions toutes validées.*
  
- *Mission : Prescriptions changements*
- *Résultat obtenu : Mise en place de « Quick Win » sur échanges internes, mise en place d'outils adaptés. Proposition montée en compétences des équipes vente et après-vente.*
  
- *Mission : Recrutement futur Directeur Commercial en CDI.*
- *Résultat obtenu : Recherche du profil adapté pour cette TPE. Présentation au PDG de la société d'un profil sélectionné qui deviendra 7 ans après DG de la structure.*

**2010 -2010 :** **DNXCorp**

- 13 – Rousset

Activité : Vente de produits et services pour adultes

C.A. 70 Millions€ - 100 salariés -

● **Fonction occupée : Directeur Activité Store (E-commerce et VPC)**

- *Mission : Prise en main équipe sous ma responsabilité.*
- *Résultat obtenu : Définition des besoins et attentes de chaque personne. Mise en place de point régulier en fonction du profil et niveau expertise.*
  
- *Mission : Gestion Soldes d'été multi-pays*
- *Résultat obtenu : Coordination opérations dans les différents pays du groupe et définition des obligations légales sur les soldes.*
  
- *Mission : Négociation contrats logistiques.*
- *Résultat obtenu : gain contractuel de 5% de marge et réduction des délais de traitements logistiques.*

**2009 -2010 :** *Top Achat filiale de Rue Du Commerce*

- 69 – Lyon

Activité : Vente en ligne de produits High-Tech et MarketPlace

C.A. 50 Millions€ - 12 salariés -

● **Fonction occupée : Directeur Enseigne**

- *Mission : Participation au process d'acquisition de l'enseigne TopAchat appartenant à France Telecom e-commerce.*
- *Résultat obtenu : Audit de l'existant : outils, stocks, personnel, infrastructures, positionnement enseigne, positionnement et avis clients,...*
  
- *Mission : Focus audit Achats/Offre et équipe dédiée avant reprise.*
- *Résultat obtenu : Audit de l'Offre et des Achats ainsi que l'équipe en place. Préconisation rachat : on ne rachète pas le stock existant. Modification des missions des Acheteurs/Chefs de produits en place.*
  
- *Mission : Définition budget annuel de Top Achat et positionnement enseigne*
- *Résultat obtenu : Définition avec direction générale budget CA HT exercice 2009-2010 : 50 M€HT*
  
- *Mission : Définition stratégie Top Achat pour validation comité de direction groupe Rue Du Commerce.*
- *Résultat obtenu : Définition d'une stratégie clients différentes de celle de Rue Du Commerce. Top Achat va avoir une offre plus étoffée sur la partie « composants informatiques » pour devenir la référence clients sur le web avec des stocks en logistique dédiés uniquement à Top Achat pour construire ce positionnement.*
  
- *Mission : Changement de missions des personnels conservés ex-France Télécom*
- *Résultat obtenu : Management du changement de mission des Chefs de Produits Acheteurs qui évoluent vers un poste de "Chef de Vente". Explication du nouveau métier, des attendus et des besoins non couverts jusqu'à présent → formation en ce sens.*
  
- *Mission : Garder les collaborateurs ex-France Telecom.*
- *Résultat obtenu : Période de "gestion de crise" sur les 8 collaborateurs conservés à l'issu du rachat --> management et suivi quotidien.*
  
- *Mission : Intégration des process "Rue Du Commerce".*
- *Résultat obtenu : Déploiement des procédures du groupe et des Best Practices tout en conservant l'ADN de Top Achat.*
  
- *Mission : Relation étroite avec les équipes Achats Groupe.*
- *Résultat obtenu : Travail avec les équipes centralisées et supports du groupe.*
  
- *Mission : Recrutement pour mise à niveau équipe Top Achat*
- *Résultat obtenu : Management de 12 collaborateurs - 8 issus du rachat et 4 recrutements en direct à la prise de poste.*

**1999 -2009 :** *Rue Du Commerce*

- 92 – Saint-Ouen

Activité : Vente en ligne de produits High-Tech et MarketPlace

C.A. 350 Millions€ - 350 salariés -

● **Fonction occupée : Directeur Achats et Commerce**

- *Mission : Intégration Comité de Direction.*
- *Résultat obtenu : Membre permanent du Comité de Direction à partir de 2003.*
  
- *Mission : Générer la croissance du Chiffre d'affaires.*
- *Résultat obtenu : Croissance x 20 du Chiffres d'affaires 2008/2009 : 300 M€HT versus 2000/2001 - CA 15M€HT.*

- *Mission : Gestion de l'hypercroissance chaque année du groupe.*
- *Résultat obtenu : Mise en place de process de contrôle du CA, de la marge, des performances, des stocks...*
  
- *Mission : Gestion budget achats.*
- *Résultat obtenu : Optimisation des marges brutes et nettes. Budget achat 250M€HT en 2008/2009.*
  
- *Mission : Définition des budgets achats annuels par Business Unit.*
- *Résultat obtenu : Définition des budgets annuels avec les équipes -7 Business Units- et validation au niveau CODIR et actionnaires de ceux-ci. → en 10 ans écart de moins de 5% (+ou-) avec objectifs budgétaires et prévisionnels ventes.*
  
- *Mission : Introduction en Bourse.*
- *Résultat obtenu : Participation à l'entrée en bourse. Démarché réussie avec introduction en septembre 2005 (coté à la bourse de Paris Euronext).*
  
- *Mission : Mise en place d'une régie publicitaire.*
- *Résultat obtenu : Lancement Régie Trade marketing dès 2002 (Catalogues B2B papier 2 fois par an, Marketing on-line sur site Rueducommerce.com et Off-line - Métro, Bus/RATP, taxi... →1ère pub comparative off-line sur Paris en 2004 avec Fnac et Darty.*
  
- *Mission : Lancement nouveau concept : MarketPlace.*
- *Résultat obtenu : Travail sur l'intégration de fiches produits on-line sur des articles non détenus en stock et intégration au catalogue global. Pionnier et précurseur avec le lancement de la 1ère MarketPlace française B2C en 2007.*
  
- *Mission : Lancement produits « novateurs ».*
- *Résultat obtenu : Lancement de nouveaux Produits : Lecteur DivX/MPEG4, CPL, ... De nouveaux services/offres : PC "sur mesure", Téléphone à 1€...*
  
- *Mission : Mise en place de process dans une dynamique d'hypercroissance.*
- *Résultat obtenu : Mise en place de différents process dont Soldes, Ordre de passation de commande, Règles sur proposition seuil de réapprovisionnement, ...*
  
- *Mission : Centralisation des contrats cadres importants.*
- *Résultat obtenu : Gestion des contrats et remises arrières du groupe --> négociations des contrats directs de plus de 3M€HT. Gain remise arrière car vision globale des intérêts commerciaux.*
  
- *Mission : Avoir une vision globale des remises et optimiser celles-ci*
- *Résultat obtenu : Centralisation des Remises (RFM, RFT, RFS, RFA, remises sur objectifs qualitatifs et quantitatifs). Vision globale permettant l'orientation des achats en fin d'année en fonction des paliers atteints et atteignables.*
  
- *Mission : Management des équipes.*
- *Résultat obtenu : Management de 50 personnes (Intégrateur/Webmaster, Approvisionneur, assistant chef de produits, Chef de produits, Chef de Marché) sur 7 marchés High-tech (PC portable, Composants informatiques, Gaming et périphériques informatiques, Téléphonie, Photo/Vidéo, HiFi/TV, GPS/Autoradio). En 10 ans, peu de turn-over pour CDI -12 départs sur 40 dont 6 liés à PSE en 2002-*
  
- *Mission : Recrutement de l'équipe.*
- *Résultat obtenu : Recrutement de plus de 70 collaborateurs (CDI, CDD, alternants,*

stagiaires).

- *Mission : Management de proximité.*
- *Résultat obtenu : Accompagnement et montée en compétences des équipes quelque soit le niveau de poste.*
  
- *Mission : Mettre en place un bilan professionnel avec le personnel de l'équipe.*
- *Résultat obtenu : Entretien annuel de chaque collaborateur avec résultats sur l'année passée et objectifs pour les 12 mois à suivre - Intégration d'un bilan au bout de 6 mois pour faire le point à mi-parcours sur les objectifs fixés.*
  
- *Mission : Gestion administrative des rémunérations variables trimestrielles*
- *Résultat obtenu : Calcul réalisation versus objectifs trimestriels selon critères établis. Présentation et explication en direct à chaque Chef de Marché/BU pour redescende aux équipes directes. Intégration des réalisations sur fiche de paie. → en 10 ans il y a juste 4 trimestres où 2 à 3 Business Unit ont fait entre 60 et 67% de l'objectif fixé au préalable.*

**1998 – 1999 :** **BOULANGER** Centrale d'Achats

- 59 – Villeneuve d'Ascq

Activité : Distribution Spécialisée Électroménager, Électronique et Informatique C.A. 700 Millions€ - 1500 salariés

- **Fonction occupée : Acheteur / Chef de Produits Logiciels, Jeux Vidéo et Livres informatiques**

- *Mission : Lancement « univers jeux console » pour l'enseigne.*
- *Résultat obtenu : Etude de marché sur la partie « Jeux console » pour lancement chez Boulanger pour recruter de nouveaux clients plus jeunes avec une fréquence d'achats plus régulière que celle des univers Brun, Blanc ou Gris.*
  
- *Mission : Comment se démarquer des concurrents Micromania, FNAC, Conforama, BHV, Darty, BUT ?*
- *Résultat obtenu : Validation de l'écosystème « Univers jeu vidéo » présenté au comité de direction pour un déploiement national dans 45 des 55 magasins.*
  
- *Mission : Remodeling rayon Logiciels et Jeux Vidéo.*
- *Résultat obtenu : Participation au lancement de la réalisation de l'univers Gaming intégrant les « Jeux Consoles » dans les magasins existants et dans les nouveaux magasins avec mobilier plus adapté. Rédaction d'un book d'implantation selon chaque typologie de magasin.*
  
- *Mission : Mise en place procédure livraison produits « sensibles ».*
- *Résultat obtenu : Mise en place d'identification produits (logistique et magasins) sur le lancement officiel au niveau national de Jeux Vidéo ou logiciel --> Day One.*

**1996 – 1998 :** **FNAC** – Centrale d'Achats

- 91 - Morangis

Activité : Distribution Spécialisée « Culturel et Électronique »

C.A. 1,2 Milliards€ - 2 500 salariés

- **Fonction occupée : Approvisionneur Logiciels et Jeux Vidéo**

- *Mission : Centralisation des achats Logiciels et Jeux vidéo (logiciels, accessoires et consoles de jeux).*
- *Résultat obtenu : Première gamme de produits à connaître un approvisionnement centralisé → Suite à cette réussite, tous les produits techniques (Informatique et Electronique Grand Public) auront un approvisionnement centralisé.*
  
- *Mission : Optimisation des commandes et réassorts.*
- *Résultat obtenu : Tant en magasin, qu'en entrepôt avec une couverture national optimisée → gain de 6 j. de couverture de stock en moins (entrepôt et magasins).*

- *Mission : Mise à jour des seuils de réapprovisionnement automatiques pour les commandes de réassort.*
- *Résultat obtenu : Définition des seuils de déclenchements automatiques vers les magasins en fonction de leurs poids chiffres d'affaires selon la famille et sous-famille visée. Mise à jour trimestriel de ces seuils de réapprovisionnement automatique. Gain de détention de stock en magasin + 98% de couverture et Baisse du stock national en nombre de jours de couverture : - 4 jours.*
  
- *Mission : Validation commande d'implantation nouveautés avec Chefs Produits.*
- *Résultat obtenu : Rationalisation de la commande d'implantation via un indice « taux de ventes à J+30 » pour éviter les surstocks en magasin. Baisse de 7j.*
  
- *Mission : Définition du poids de chaque magasin commande implantation.*
- *Résultat obtenu : Révision tous les trimestres des poids de CA par magasin selon la typologie de sous-familles pour réajuster au mieux les efforts des vendeurs. --> Cela influe notamment sur la répartition de nouveautés lors de la répartition d'exemplaires pour la commande d'implantation.*
  
- *Mission : Négociations droit de retour auprès des fournisseurs et grossistes.*
- *Résultat obtenu : Avant il n'y avait aucun retour possible ou très peu. Négociation au cas par cas, mais toujours retour centralisé. Après 18 mois, 90% des partenaires acceptent un accord de retour total ou partiel sur la demande initiale.*
  
- *Mission : Mise en place procédure livraison produits « sensibles ».*
- *Résultat obtenu : Mise en place procédure livraison (entrepôt central et magasins) produits phares « Day One » - Process validé par Comex.*
  
- *Mission : Qualification logistique fournisseurs de Logiciels, jeux Vidéo et Livres.*
- *Résultat obtenu : Audit qualification logistique fournisseurs centrale d'achats et convocation pour réajustement des fournisseurs devant « s'améliorer » sur la qualité logistique (délais de livraison, respects commandes et conditionnements, traitements des manquants, délai traitements des erreurs,...). → Amélioration des « non-conformités », des conditionnements et traitements reliquats accrus.*

## COMPETENCES MANAGERIALES

- *Direction MarketPlace, Direction de l'Offre, Direction des Achats – Comité de Direction.*
- *Management jusqu'à 50 personnes pluridisciplinaires dans différents environnements – PME, ETI, Start-Up-*
- *Management transverse et management d'équipe.*
- *Montée en compétences des équipes dans environnements en hypercroissance ou sous-tension.*
- *Définition, suivi et mise en place des objectifs globaux et individuels pour tous mes collaborateurs.*
- *Chef de projet sur des sujets stratégiques – lancement from scratch.*

## COMPETENCES TECHNIQUES

- *Expert et spécialiste en MarketPlace « opérateur » depuis plus de 15 ans*
- *Maitrise logiciel plateforme SAAS MIRAKL depuis 2013.*
- *Vision globale de l'Offre/Achats et la stratégie de l'offre grâce à plus de 15 en direction Achats*
- *Expérience de 25 ans dans l'e-commerce.*
- *Transformation digitale.*
- *Amélioration continue.*
- *Audit outils, personnels, missions, ...*
- *Définition et suivi des KPI de performances*
- *Elaboration et projection de Business Plan*
- *Connaissance CRM HubSpot.*
- *Gestion de Crise (restructuration équipe, ruptures conventionnelles, arrêts de contrats...)*
- *Recrutement des équipes :*
  - MarketPlace
    - Chef de Projet IT
    - Intégrateur / Webmaster
    - Business Developer
    - Account Manager
    - Customer Success
  - Achats/Offre
    - Responsable de pôle
    - Chef de Marché
    - Category Manager
    - Chef de Produit / Acheteur
    - Approvisionneur
    - Assistant achat/référencement