

D'après Patrice Ras, *Le grand livre du CV*, 4^{ème} édition, 2017, StudyramaPro

Le CV est avant tout un outil « commercial » qui **vous permet uniquement de décrocher un entretien**, première étape incontournable vers l'embauche définitive. La plupart des études montrent que **les recruteurs français accordent en moyenne 15 secondes à chaque CV**. A cela s'ajoute le fait que votre CV n'est quasiment jamais lu seul, mais avec d'autres CV, avant et après le vôtre. Si votre CV ne se démarque en rien, il disparaît du champ de conscience du recruteur immédiatement, pour laisser place à d'autres CV, plus créatifs et percutants.

Au-delà de l'ensemble des critères qui permettront de rédiger un bon CV, il faut d'abord **donner la priorité absolue à la fiabilité, l'honnêteté des informations** qu'il contient. Pour un recruteur, se rendre compte d'un mensonge délibéré ou par omission revient à une faute professionnelle inacceptable. Face au nombre de CV menteurs depuis 15 ans, la législation française permet aujourd'hui de licencier un salarié si le recruteur découvre/apprend que ce dernier a menti dans son CV.

Les 4 critères d'un bon CV : la créativité, la cohérence, la clarté mais aussi le sens commercial. L'objectif d'un CV est de valoriser vos compétences (savoir et savoir-faire acquis lors du parcours universitaire et professionnel) mais aussi un savoir-être. Le CV doit ainsi mettre en avant vos objectifs professionnels et démontrer qu'ils sont en adéquation avec votre personnalité. **Il faut donc au préalable que vous réfléchissiez à votre fonction, votre statut et votre objectif :**

- **Votre fonction** : commercial, comptable, assistant de direction, ingénieur etc. Ces mots sonnent comme des « métiers ». Alors pourquoi parler de « fonctions » ? En effet, avant le développement des organisations, la grande majorité des métiers a été déterminée par des contenus et une identité étroitement liée au produit fabriqué, à la matière transformée ou encore au service rendu. On était boulanger, métallo, électricien, enseignant, médecin. Aujourd'hui, un nombre croissant de métiers ont désormais pour objet d'assurer les fonctions « support » sans lesquelles aucune entreprise ne peut fonctionner : gestion, comptabilité, ressources humaines, marketing, commercial, accueil, entretien, maintenance, informatique etc. Les métiers sont donc de plus en plus « transversaux » car on les rencontre dans toutes les entreprises et dans tous les secteurs d'activité. Ces métiers demeurent assez mal connus parce que les activités et les tâches exercées sont souvent abstraites en comparaison de celles associées à la production directe de biens et de services. De plus en plus de professionnels voient leurs métiers davantage définis par la technologie maîtrisée que par l'application qui en est faite. Plus que d'opposer « métiers » et fonctions, **on parle aujourd'hui d'emplois fonctionnels.**
- **Votre statut** : l'écrasante majorité des CV présentent des statuts de salariés. Mais de nombreux candidats peuvent être ou ont pu être des indépendants au cours de leur vie professionnelle.
- **Votre objectif** : Que cherchez-vous à obtenir avec votre CV ? Si vous cherchez :
 - une formation, rédigez votre CV en montrant que cette formation est à la fois la suite logique de votre parcours et le chaînon manquant par rapport à votre projet professionnel.
 - un stage, rédigez votre CV en montrant ce que vous pouvez apporter à l'entreprise (tout en apprenant) notamment en appliquant vos connaissances théoriques au cours de ce stage.
 - Une mission d'intérim, montrez que vous avez travaillé sous ce régime et précisez toutes vos autres missions. Indiquez leurs durées respectives. L'intérim est souvent une pré-embauche déguisée.
 - Un poste par le biais d'une promotion interne, mettez en valeur votre potentiel car vous n'avez pas besoin de rassurer votre recruteur interne sur votre adaptabilité à l'entreprise. Cherchez à valoriser le fait que vous serez capable de progresser voire de manager d'anciens collègues (ce n'est jamais facile).

1/ La conformité : vraisemblance et ressemblance

. La première forme de cohérence est la conformité de votre CV par rapport à votre profil, cad la vraisemblance. On parle ici de la justesse du contenu du CV (formation, expérience professionnelle, loisirs...). Tous les recruteurs espèrent que le CV ressemble le plus possible au candidat qu'ils vont recevoir en entretien. Une fois certains CV sélectionnés, de plus en plus de recruteurs cherchent à recouper les informations avant même de recevoir les candidats. Plusieurs techniques sont possibles :

- La recherche sur internet : le nom du candidat existe toujours, notamment sur des réseaux sociaux professionnels ; coups de téléphone passés à l'ancien responsable du candidat, ; recherche sur l'organigramme des associations si elles sont mentionnées dans le CV....On est donc très vigilant à anticiper ces recherches, notamment sur Internet (photos compromettantes qui trahiraient au sortir des années de formation etc...)
- L'appel à des cabinets spécialistes de la vérification des CV qui sont en général également chargés du recrutement par l'entreprise.

. Après la vraisemblance, veillez à **la ressemblance** : **votre CV doit vous ressembler et vous refléter**. On parle ici du secteur d'activité de l'entreprise, de votre fonction (le poste recherché), votre objectif (ou type de contrat), votre personnalité, votre pays ou la région dans laquelle vous recherchez ; votre maturité professionnelle (débutant, confirmé, sénior).

→ Vous devez avoir comme priorité la cohérence dans le contenu et la forme votre CV. Rien ne doit être laissé au hasard. S'il faut s'efforcer de créer un CV qui se démarque par rapport aux autres, c'est à travers **une originalité savamment orchestrée !!**

2/ La créativité : se démarquer par rapport aux autres candidats tout en RESPECTANT SA CIBLE (à quelle entreprise s'adresse le CV ?)

. La créativité doit permettre de capter l'attention du recruteur. L'idéal est de montrer que votre univers correspond à celui de votre recruteur. De nombreux paramètres peuvent être sollicités : le support (matériel ou électronique) du CV ; le format du CV ; la mise en page du CV ; l'illustration (les images) ; la couleur (ou plusieurs) ; les polices de caractères et les styles ; le texte en lui-même ; l'harmonie générale du CV.

PHILIPPE DUPONT®

75 kg de dynamisme commercial comprimé

Ce candidat est ANTALGIQUE (il calme la douleur)

INDICATIONS THÉRAPEUTIQUES
Ce candidat est préconisé dans des douleurs commerciales d'origines diverses telles que : carence en nouveau segment de marché à développer, douleur concurrentielle aiguë, atrophie de communication.

AUTRES EFFETS POSSIBLES
Comme tout produit actif, ce candidat peut, dans certaines circonstances, entraîner d'autres effets désirables : au cours du traitement, il est possible que surviennent : des velléités d'animation d'équipe de vente, voire même de négociation auprès de vos clients dans les cas extrêmes.

PROPRIÉTÉS
Les caractéristiques métaboliques développées au cours de ses 8 années de pratique commerciale, confèrent à ce candidat, dont la présentation est adaptée à l'obtention de résultats rapides, une grande efficacité contre les manifestations diverses de fluctuations de marché.

COMPOSITION DÉTAILLÉE

| | |
|--|-------|
| - Formation en gestion, Marketing, Publicité | 3 ans |
| - Analyse de marché | 2 ans |
| - Conception et réalisation de campagne de communication | 2 ans |
| - Vente | 2 ans |
| - Animation de vente | 2 ans |

EXCIPIENT (motivation, dynamisme, disponibilité) 75 000 000 mg

PRÉCAUTIONS PARTICULIÈRES DE CONSERVATION
Ce candidat doit être conservé dans une ambiance chaleureuse et stimulante.

PRÉSENTATION : Soignée.

POSOLOGIE
Administrar des responsabilités commerciales à raison de 10 heures par jour entre les repas. Renouveler l'opération tous les jours (pour une meilleure efficacité, interrompre le traitement de un à deux jours par semaine).

NE PAS AGITER AVANT L'EMPLOI

Pour de plus amples informations, composez le 01 35 67 43 99

Créativité au niveau de la mise en page, du texte, des caractères et les styles

Dans cet exemple, le candidat à un poste de commercial en pharmacie a privilégié l'humour en rédigeant son CV sous la forme d'une notice pharmaceutique tout en réussissant à mettre en avant toutes les attentes d'un CV (formation, expérience, motivation, poste recherché).

. La **créativité peut également se décliner sous d'autres formes. La créativité au niveau du support :**

- Un candidat souhaite un poste de marketing dans une maison de disque : le CV est envoyé sous la forme d'un CD (Compact Disc). Le CV a proprement dit est plié en deux et se trouve à l'intérieur du CD, à la place des paroles.
- Deux étudiants cherchent un stage en entreprise dans une société de l'agro-alimentaire filière boissons : ils réalisent leur CV sur **une canette de boisson gazeuse** en remplaçant l'étiquette originelle par un double CV simplifié avec la mention : « Si vous avez soif de haut potentiel, consommez sans modération ! ».

- Un étudiant en école d'ingénieur au sortir de l'école souhaite intégrer une entreprise de production de machine-outil high-tech : il réalise son CV sous la forme d'une **maquette**, le modèle réduit d'un roulement à bille.
- Un candidat recherche un poste dans la communication : CV sous la forme d'un **magazine**.
- Une candidate recherche un poste dans le marketing pour une grande société de cosmétique : le CV se présente comme un **parchemin, dans un emballage dans le style de la marque** en reprenant tous les ingrédients des boîtes cadeaux de la société concernée (format, couleurs, mise en page, polices de caractères...)
- Les supports dématérialisés sont aussi possibles : page facebook, blog etc...Mais attention à ce que l'originalité corresponde à celle attendue pour la fonction sollicitée !!

. **La créativité au niveau des images** : la majorité des CV ne comportent pas d'images. Mais si vous décidez d'illustrer votre CV, il faut que les images apportent un plus (un sens, un message, une idée). Les images peuvent être des photos, des dessins, des images symboliques (logos d'entreprises ou d'écoles, drapeaux, symboles divers, des formes de toutes sortes comme des vagues, des traits, des figures géométriques...).

- Les photos sont en général très rarement utilisées, sinon en fond (un palmier et une plage pour un CV envoyé à une agence de voyage). En dehors de ce cas de figure, seuls les créatifs les utilisent pour mettre en avant leur savoir-faire. Les logos d'écoles ou d'entreprises sont aujourd'hui les plus fréquents.

- La photo d'identité : rien ne vous oblige à mettre une photo d'identité mais en général, elle reste appréciée par l'écrasante majorité des recruteurs. Le plus important, encore une fois, est la cohérence avec votre personnalité, votre fonction et votre secteur d'activité.

- Vous pouvez jouer surtout sur l'emplacement de votre photo d'identité plus que sa taille. Elle est traditionnellement placée en haut à droite mais pensez à regarder légèrement en bas à droite au moment où vous la faites sinon le recruteur peut avoir le sentiment que vous regardez par-dessus son épaule droite lorsqu'il lit votre CV.
- Vous pouvez utiliser votre photo pour séparer deux blocs de textes. Vous pouvez transformer votre photo en dessin et jouer sur la couleur (vraie ou fausse, multiple ou unique, noir et blanc...).
- Evitez d'opter pour une photo en situation (portrait réalisé en vacances, tenue trop décontractée, mimique...) sauf si elle apporte un plus à votre CV.
- Ne jouez jamais de vos atouts physiques. C'est une faute de goût de premier ordre ! En revanche, cherchez le charme (sourire, regard, posture etc.) tout en étant cohérent avec la fonction (une photo présentant une personne très avenante pour un poste de sécurité peut être contreproductive).

- Les drapeaux sont également de plus en plus utilisés : à droite de chaque expérience, formation à l'étranger ou langue. Les drapeaux peuvent aussi être regroupés en un seul lieu (en haut ou en bas du CV) afin de souligner le profil international du candidat.

. **La créativité au niveau de la couleur** : il n'est pas obligatoire de rédiger votre CV en texte noir sur fond blanc. Si le fond tout entier peut être coloré, il faut exclure l'écriture blanche sur fond noir car elle est trop difficile à lire. Si vous choisissez de mettre de la couleur, évitez de les démultiplier (risque d'illisibilité) et surtout, veillez à la cohérence d'avec votre personnalité, votre fonction et votre secteur d'activité. La couleur est un langage transversal très complexe et ambigu. C'est un langage des affects. Il existe des codes couleurs :

- **Le bleu** : couleur de l'eau (du ciel, de l'espace, de l'infini). C'est la couleur préférée des Français....et des grandes entreprises et des entreprises publiques. En France 80% des logos seraient bleus. En général, toutes les compagnies de transport, du fait du rapprochement entre le bleu et le ciel, utilisent le bleu. Privilégiez cette couleur pour une candidature en lien avec le commerce import-export, le transport (aérien et maritime surtout), le tourisme.

- **Le jaune** : couleur de la lumière. C'est une couleur stimulante mais qui peut être fatigante sur la durée de lecture. C'est une couleur utilisée par les entreprises qui veulent affirmer leur identité. Il s'agit donc plus d'une couleur de secteur souvent associée à d'autres couleurs (Midas, Porsche, la Poste, Mac Donald, Schweppes...)

- **Le rouge** : couleur de l'énergie, de la passion mais aussi d'une certaine agressivité (couleur du sang). Les entreprises de l'énergie et de l'industrie l'utilisent souvent en association avec le gris. C'est surtout le cas de l'automobile. (Toyota, Audi, Citroën, Suzuki...). Elle est souvent la couleur des entreprises conquérantes et les leaders sur leur marché.

- **Le vert** : couleur de la végétation, du printemps (donc du renouveau). Elle est adoptée par les industrie de l'agro-alimentaire, paysagères, de l'écologie et tout ce qui est associé au développement durable.

- **Le rose** : couleur des fleurs mais aussi de l'amour. Elle est associée aux femmes et dans une moindre mesure aux enfants. Les entreprises avec les produits de beauté, les instituts de bien-être, les événements familiaux et dans une certaine mesure les jouets peuvent la privilégier.

- **L'orange** : couleur du fruit (vitamine/digestion) mais aussi du soleil. Elle est la couleur du BTP et de la restauration rapide (La croissanterie, Burger King...).

- **Le violet** est la couleur intermédiaire entre le bleu et le rouge. Elle était traditionnellement associée à l'Eglise (couleur des cardinaux). Elle est aujourd'hui utilisée par les cabinets des consultants et autres sociétés d'expertise.
- **Le marron** est la couleur de la terre, du bois. Elle est donc souvent utilisée par les entreprises liées à l'agriculture, la menuiserie voire la confection-vente plus globale d'ameublement.
- **Le gris** est la couleur de l'industrie, notamment de la métallurgie.
- **Le noir** ne bénéficie d'une image positive. Elle est culturellement rattachée à la sévérité, la sobriété mais aussi le deuil. C'est la couleur des prêtres chrétiens et juifs. Les entreprises l'utilisent de façon rarissime et l'associent toujours avec une autre couleur. Le noir sert de fond ou bien de contrepoint.
- **Le blanc** ne bénéficie pas non plus d'une image positive car connote la pureté absolue. C'est donc une couleur toujours associée à d'autres. Comme le noir, elle sert de fond ou de contrepoint.

. La créativité au niveau des polices de caractères et des puces.

- *Les polices de caractères* : Rien ne vous oblige à rédiger votre CV en Arial, Times New Roman ou Calibri. Il faut cependant osciller entre deux extrêmes, la platitude et l'illisibilité. Attention au partage des polices de caractères si vous envoyez votre CV par mail (certaines écritures sont spécifiques au PC ou au Mac). L'écrasante majorité des polices sont neutres mais certaines évoquent un univers, une culture, un pays, une époque historique voire une activité. Vous pouvez également jouer sur la différence de police (réservée aux titres par exemple).
- *Les puces de caractères* : elles permettent de matérialiser une liste de tâches ou de missions. Les tirets évoquent la simplicité, la rigueur (idéal pour les métiers liés à la gestion au sens large) ; les puces sont très visibles et sont privilégiés par les candidats (très) structurés ; les flèches (les triangles pointe à droite) connotent plutôt l'action, le mouvement ou encore le résultat ; les cercles sont ambigus (douceur/cible) donc à utiliser avec précaution ; les carrés évoquent la matière, le solide (idéal pour concrétiser un profil abstrait) ; les étoiles et autres astérisques évoquent la créativité (idéal pour les créatifs et le marketing) ; les objets miniatures (ciseaux, livre, téléphone...) ont le bénéfice d'être très explicites (s'assurer de leur adéquation avec ce que vous écrivez) ; les cases à cocher incitent le recruteur à choisir, donc à « acheter »/ « valider » les éléments mis en valeur de cette façon. Réservez ces signes plutôt pour les compétences.

3/ La clarté : le critère plébiscité par tous les recruteurs

. Toutes les informations apportées par le CV doivent entraîner une lecture quasi intuitive de la part du recruteur. La lecture du CV doit être facile et la compréhension facile : l'état civil, l'adresse (mobilité ou non), niveau d'études, niveau de langues, les noms des entreprises, les fonctions occupées, les dates. Ainsi, le détail de chaque expérience doit être à la fois synthétique mais représentatif des fonctions exercées et du poste globalement.

. Evitez les CV trop longs (les CV fleuves) mais aussi les CV trop courts.

En somme, il n'existe pas de canevas universel pour la rédaction d'un CV efficace. Ces quelques conseils relèvent du bon sens. Un « bon CV » est celui qui vous permettra de décrocher un entretien d'embauche. Posez-vous les questions suivantes :

- Quelle image de moi-même projette mon CV ? Est-elle en adéquation avec ma personnalité, mon expérience et mes ambitions ?
- Mon CV est-il positif ou au contraire des points négatifs apparaissent-ils ? Le choix des mots est-il positif ?
-**Est-ce que mon CV donne envie de me rencontrer ?**

Ivan DUPONT

Né le 8 juin 1986
18, rue Saint Jean
69002 LYON
Tél : 04 99 91 64 65 Port : 06 66 74 98 23
e-mail : ivan.dupont@free.fr

FORMATION

2011-2012 : Troisième année à l'EICD 3A (Afrique, Asie, Amérique latine), école internationale de commerce et développement - Spécialisation Afrique.

2009-2010 : Niveau maîtrise de Sciences Economiques, option développement international

2008-2009 : Licence de Sciences Economiques, option économie internationale, mention développement à Paris 1-Sorbonne.

2006-2007 : Deug de Sciences Economiques à l'université de Paris 1-Tolbiac.

2004-2005 : Première année à l'IUT de Sceaux (Hauts-de-Seine) - Techniques de commercialisation option marketing.

2004 : Baccalauréat E.S. (économique et social).

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

Décembre 2010-Août 2013 : Travail à temps partiel au journal L'EQUIPE. Employé aux Services Généraux (accueil, standard, service courrier et huissier de la rédaction).

Janvier 2009- Août 2010 : Vacances régulières au journal L'EQUIPE, en tant que huissier de la rédaction et standardiste.

Janvier 2007 : Stage de vente dans le magasin FINAL SPORT, à Saint-Maur (Val de Marne).

Avril 2006-Juillet 2008 : Journal L'EQUIPE - Remplacements ponctuels d'un huissier de la rédaction, en charge de la distribution du courrier, des fax, des télex et des journaux.

DIVERS

Langues : Anglais (bon niveau), espagnol (lu, parlé), allemand (notions principales)

Informatique : PC (Word, Excel, Access).

Loisirs : -Tennis (classé 30), ski (niveau flèche), football.

-Batterie et djembe (percussion) dans un groupe

« Ivan Dupont » : exemple de CV banal

Ce CV ressemble à l'écrasante majorité des CV reçus par les recruteurs. Les fragilités sont les suivantes :

-L'Etat civil est un monobloc

-La formation remonte beaucoup trop loin (près de 7 ans avant le dernier diplôme). Le contenu du master reste flou

-Les expériences professionnelles mentionnent trop précisément le début et la fin. Il aurait mieux valu mettre « 3 ans », « 18 mois »...

-Le terme « Divers » n'est pas à connotation positive. Le candidat donne l'impression d'une rubrique débarras. Rien de ce qui est indiqué n'est valorisé ; tout est juxtaposé.

Joanne DUPONT
63 rue des deux Tours
06.64.42.32.66
91000 EVRY
joanne-dupont20@gmail.com

Célibataire, 24 ans
Permis B, Véhiculée
Disponible à l'international

6 COMPETENCES UTILES...

→ Mes Qualités : **Organisée, Dynamique et Passionnée**
→ Mes compétences : **Créer, Coordonner, et Aider**

I FORMATION BAC+4 EN MARKETING...

2012

Master I / IDRAC (Ecole de commerce et de Gestion)
Spécialisation Marketing et Commerce (Titre de Niveau I)
Mémoire : Le luxe français en Chine : un succès comparable au Japon ?

2010

Licence (ex **DESMA** Diplôme d'Etudes Supérieures en Marketing)
en alternance/ARCA Formations - EVRY (91)

2009

BTS Action Commerciale en alternance
Ecole de Commerce ESCADE - EVRY (91)

2007

BAC STT Option Commerce
Lycée André Maurois - Deauville (91)

3 ANS D'EXPERIENCE PROFESSIONNELLE...

2012
(6 mois)

Catering Assistant (Café RITAZZA)
Aéroport d'HEATHROW - LONDRES

2007/2010
(3 ans)

Assistante commerciale (Service Après-vente)
Missions : - Marketing direct (site internet, mailing...)
- Elaboration d'offres et de commandes
- Qualification de fichiers
Entreprise : BUSCH FRANCE à LISSES (91).

2007
(2 mois)

Assistante Marketing (Service consommateurs)
Missions : - Traitement des réclamations clients
- Saisie des litiges
- Relation service marketing/ service juridique
Entreprise : RECKITT BENCKISER à MASSY (91)

D'AUTRES ATOUTS...

Informatique : Word, Excel, Internet, Lotus, Sphinx, Pmcs (logiciel de gestion clients/fournisseurs)
Langue : Anglais (séjour de 6 mois à Londres), Allemand (scolaire), Italien (débutant)

Ex : « Jeanne Dupont » : une mise en page efficace.

-L'Etat civil est séparé en deux blocs, apportant de la lisibilité. On aurait pu insérer une photo au milieu des deux blocs.

-Les entêtes des rubriques sont intuitives : l'information est immédiatement captée par le regard

-Le jeu des encadrements et des flèches valorise la cohérence de la formation

- les années d'expérience professionnelle valorisent le nombre de mois passés au cours de chacune d'elle.

- La rubrique « Autres atouts » repose sur des termes positifs. Cependant, sa formulation reste floue et appel à un inventaire qui ne pourra pas valoriser les dits atouts.

Lionel DUPONT

84 rue de Turenne
75003 Paris
Tel : 06.07.19.56.88



Recette de stagiaire motivé :

Pour un stage de 6 mois

Ingrédients d'un bon stagiaire :

• Ses diplômes :

2005 : BTS Action commerciale,
2001 : Baccalauréat Economique et Social.

• Ses Etudes :

2005 à 2006 : Etudiant à l'ESGCI en troisième puis quatrième année
spécialité Marketing et Commerce.
2003 à 2005 : BTS Action Commerciale en Alternance.

• Ses expériences professionnelles :

2006 : Stage au Petit Futé.
2003 à 2005 : Assistant Publicité au sein de la régie publicitaire de
Télésatellite Publications (Maison d'édition).
2002 : Assistant comptable chez BPB Placo.
2000 à 2002 : Vendeur sur les marchés à Paris.

Préparation :

Cette recette se décompose en 4 étapes simples :

- Lire ses références et juger de sa motivation.
- Lui accorder un entretien.
- S'accorder le temps de la réflexion.
- Le rappeler !

Astuce du chef :

Prenez votre stagiaire sportif (Boxe Anglaise, Football), musicien (trompette), lecteur, cinéphile, amateur d'expositions ou de musées et cuisinier, il n'en sera que meilleur !

C'est prêt !!

« Lionel Dupont » : un CV très efficace !

Le candidat postule pour un stage. Avec peu d'expérience à son actif, il a trouvé le biais de se faire remarquer en collant parfaitement aux attentes de la restauration : dynamisme et d'humour (nécessaire pour être agréable en relation clientèle). Le texte se fonde dans l'imaginaire de la restauration en étant rédigé sous la forme d'une recette de cuisine. Un logo rappelle l'art de la table. La rubrique « atouts » disparaît pour « astuces du chef » : une réelle mise en valeur de ses centres d'intérêt.



Technico-commercial en vins et spiritueux

Arnaud Dupont
6 rue de Malbec
34000 Montpellier
Téléphone : 06.64.95.44.01
Email : arnaud22@hotmail.com

23 ans, célibataire
Disponibilité : mai

Une ROBE TECHNIQUE

2010-2011 Licence Technico-commercial (ESCAIA Montpellier)
2009-2010 BTS Viticulture œnologie (LAP Montpellier)
2006-2007 BAC Sciences et technologies de l'agronomie et de l'environnement

12 MOIS D'ELEVAGE PROFESSIONNEL

2009 3 mois Stage agricole dans le cadre du BTS Viticulture œnologie (78)
2008 2 mois Assistant vinificateur au Château de Bellevue (69)
2007 2 mois Assistant vinificateur au Château de Moulin à Vent (71)
2006 2 mois Stagiaire en exploitation agricole EARL de Vaudesson (02)
2005 3 mois Serveur dans un restaurant londonien. Restaurant Le Bibendum

UN GOUT POUR LA COMMUNICATION

Voyages (Paraguay, Maroc, Canada, USA, Angleterre, Grèce)
Animation : Moniteur en Centre de loisirs en 2008
Organisation d'une dégustation Prestige (40 personnes) en 2008
Bureautique : Windows Ms, Excel, Word, Works, PowerPoint,
Langues : Anglais (lu, écrit, parlé)
Espagnol (notions)

« Arnaud Dupont » : un autre CV efficace...

Chef de produit de luxe

Julie Dupond
19, rue Las case
75016 Paris
☎ : 06 90 25 27 11
Mail : julie.dupond@hotmail.com



Française
22 ans
Célibataire
Mobile
Disponibe

Une formation BAC+5 opérationnelle

- 10-11 **3^e cycle Marketing et Publicité** à l'ESG, Paris.
- 09-10 **Diplôme de management international** à l'ISEG, Nantes.
- 08-09 **Bachelor of Science in Management** à CSIM, San Diego (USA).
(California School of International Management)

2 Langues

Anglais : 10 mois aux Etats-Unis, anglais commercial courant.
Espagnol : lu, écrit, parlé.
Italien : débutante, rapidement perfectible.

Bureautique

Word, Excel, Access, Powerpoint, Photoshop, Publisher, BO,
procédure CALIS du logiciel SAS.

10 mois d'expérience concrète

- 2011 (4 mois) **Trade Marketing**, L'OREAL PRODUITS DE LUXE, Levallois-Perret
 - Mise en place d'animations et leur mécanique commerciale
 - Négociation d'objectifs
 - Evaluation des promotions commerciales
- 2010 (2 mois) **Communication externe**, EDMIN.COM, Santa Fe
 - Coordination de la réflexion sur la communication
 - Travaux de groupe pour la création d'une brochure publicitaire
- 2009 (2 mois) **Adjointe responsable marketing**, BIOSFERA COM, Madrid
 - Responsable d'un argumentaire de vente d'un cd rom e-commerce
 - Réalisation d'une étude du marché de la lingerie
- 2008 (2 mois) **Audit Merchandising**, Centre LECLERC, Rochefort
 - Etudes de rentabilité des rayons
 - Optimisation du linéaire dans le cadre d'une rénovation du magasin

Des initiatives extra professionnelles

Créer et organiser : Présidente fondatrice d'un Bureau des élèves à San Diego.

Missions : faire découvrir la Californie, organiser des manifestations sportives.

Passion pour les voyages : Sri Lanka, Canada, raid en Afrique du Nord, Mexique.

Pratique de la musique : piano pendant 8 ans et chants dont Carmina Burana
à la salle Pleyel.

Sportive : pratique de la voile, planche à voile et course à pied

Atouts

Des compétences
techniques

Une intégration
rapide

Une connaissance
de la culture
américaine et de
nouvelles méthodes
de travail

Des connaissances
marketing et
commerciales

Travail d'équipe

Responsabilité

Analyse

Créativité

Curiosité

Résistance à l'effort

Un CV très efficace...à vous d'en réaliser la critique !