

## Coordonnées

+33 (0) 6 71 82 76 95 (Mobile)  
elisa.renault@protonmail.com

[www.linkedin.com/in/elisa-renault](http://www.linkedin.com/in/elisa-renault)  
(LinkedIn)

## Principales compétences

Logiciel en tant que Service (SaaS)  
Expérience utilisateur (UX)  
Design de produits

## Langues

English (Professional Working)  
Spanish (Limited Working)  
French (Native or Bilingual)

## Certifications

Responsive Web Design  
Product Owner Avancé  
JavaScript Algorithms and Data Structures  
Influencer Marketing I - Industry Specialist

# Elisa Renault

Product Owner | Product Ops, AI, CX tooling & platform workflows  
Paris et périphérie

## Résumé

Product Owner / Product Ops, je travaille sur des systèmes digitaux et omnicanaux complexes, au croisement du produit, du SI, de la data, du service client et de l'IA appliquée. Chez celio, j'interviens sur des sujets Salesforce Order Management, Service Cloud, MuleSoft, parcours post-achat, outils internes, reporting opérationnel, adoption IA et coordination entre équipes business, produit et techniques. Mon rôle : clarifier les besoins, prioriser, structurer les workflows, fiabiliser les parcours et rendre l'information plus exploitable. Je souhaite aujourd'hui évoluer vers des environnements tech, gaming, digital media, plateformes communautaires, AI tooling, SaaS ou plateformes fandom / contenu culturel : anime, manga, webcomic, streaming, creator economy et fan engagement. Mes projets personnels autour de World of Warcraft et Discord, comme Guildforce et Galactia, renforcent cet axe : outils communautaires, permissions, modération, coordination, alertes Twitch/YouTube et résumés IA. Ce qui m'intéresse : construire des produits utiles, lisibles et robustes pour des utilisateurs réels, dans des environnements où produit, business, technologie, contenu et communautés se rencontrent.

---

## Expérience

celio

Responsable produit

juillet 2023 - Present (3 ans)

Saint-Ouen, Île-de-France, France

Je travaille sur des systèmes digitaux et omnicanaux au croisement du produit, des opérations, de l'expérience client, de la data et de l'IA appliquée.

Périmètre : Salesforce Order Management, Salesforce Service Cloud, MuleSoft, SFCC, SAP, C\*Pay, C\*Unity, parcours post-achat, expérience client en magasin, outils service client, outils internes, reporting opérationnel et adoption IA.

- Cadrer et prioriser des améliorations produit sur un écosystème omnicanal complexe reliant e-commerce, magasins, service client, CRM, BI et IT.
- Traduire les besoins opérationnels et business en priorités backlog, user stories, critères d'acceptation, règles fonctionnelles et plans de delivery.
- Coordonner les parties prenantes business, support, BI, CRM, IT, Salesforce et MuleSoft pour aligner priorités, releases et arbitrages de delivery.
- Contribuer à l'adoption de l'IA dans les workflows service client, avec suivi des usages, de la qualité des réponses et de l'impact opérationnel pour les agents.
- Contribuer aux parcours d'expérience client en magasin via C\*Pay, application mobile vendeur pour la vente commandée, la vente emportée et les usages de caisse mobile.
- Travailler sur C\*Unity, back-office magasin permettant de gérer des commandes web livrées en magasin, des retours et des opérations magasin connectées aux systèmes.
- Participer au cadrage de briques digitales magasin, dont un POC lockers en magasin intégré avec les flux et systèmes existants.
- Construire du reporting opérationnel et de la visibilité workflow pour suivre volumes, temps de réponse, temps de résolution, productivité et irritants support.
- Améliorer la fiabilité de parcours post-achat critiques : commandes, statuts, factures, emails transactionnels, retours, données client et flux omnicanaux.
- Structurer des pratiques Product Ops : documentation, monitoring, Definition of Ready, Definition of Done, rituels agiles, QA et amélioration continue.

Dr Pierre Ricaud

Chef de projet digital

janvier 2023 - juin 2023 (6 mois)

Rôle de gestion de projets digitaux au sein d'une marque de cosmétique du Groupe Rocher, avec un focus sur les projets e-commerce, le run opérationnel, la conversion, le SEO et les objectifs CRM.

- Recueillir les besoins métiers et clients, préparer des benchmarks, analyser les KPIs et contribuer au cadrage des projets.
- Coordonner les équipes internes et les prestataires externes pour livrer projets digitaux, intégrations et mises en production dans un environnement agile.
- Gérer la recette cross-device avant et après mise en production, suivre les incidents et contribuer à l'analyse post-lancement.

- Traiter plus de 60 tickets projets, incidents et run sur des workflows digitaux.
- Automatiser le workflow ACM - Pages offres via Airtable.
- Contribuer au projet Routines Beauté, approuvé par la direction pour ses objectifs conversion, SEO et CRM.
- Participer aux recommandations d'optimisation, aux A/B tests, au suivi SEO et à la documentation de formation interne.

## Aliant

### Apprentie Responsable Marketing

décembre 2020 - novembre 2022 (2 ans)

Cagnes-sur-Mer, Provence-Alpes-Côte d'Azur, France

Alternance dans une entreprise B2B de logiciel et conseil IT, spécialisée dans la distribution d'un logiciel d'archivage d'images médicales.

- Construire et déployer une stratégie marketing B2B pour moderniser l'image de l'entreprise, renforcer sa visibilité et clarifier sa proposition de valeur logicielle.
- Piloter la refonte du site web du brief à la livraison, incluant contenu, design, déploiement et SEO.
- Créer des contenus marketing écrits et visuels, campagnes email et supports commerciaux.
- Traduire des fonctionnalités logicielles techniques en messages plus clairs pour les prospects, clients et démonstrations produit.
- Soutenir les partenariats marketing, la prospection, la communication client et les supports de présentation produit.
- Contribuer à une meilleure perception de la marque, à des outils de communication client plus structurés et à de nouveaux points de contact commerciaux.

## Billy.bike

### Stagiaire marketing

juin 2019 - août 2019 (3 mois)

Région de Bruxelles, Belgique

Stage marketing au sein d'un service de vélos électriques partagés à Bruxelles, orienté acquisition B2C et conversion.

- Réaliser des études de marché, de la veille concurrentielle et des analyses de cibles.
- Contribuer aux campagnes marketing B2C : emails, notifications push, publications réseaux sociaux et événements.

- Améliorer la communication interne entre équipes techniques et service client pour la gestion des incidents et les opérations marketing associées.
- Participer à la conception et à la finalisation d'un pitch deck investisseurs à partir des apprentissages marché et client.

---

## Formation

### ESSEC Business School

Global BBA, Business Administration · (septembre 2018 - juillet 2023)

### Copenhagen Business School

Echange universitaire, Management · (février 2021 - juin 2021)

### Lycée Henri IV

Classes préparatoires aux grandes écoles (CPGE), Littérature et sciences économiques et sociales (B/L) · (septembre 2017 - juillet 2018)