

# COMMARET Jérôme



Tel : 06.43.35.78.96 | Mail : jcommaret@gmail.com | www.jcommaret.fr | Né le 18/04/1982

## Formation

### **De Octobre 2007 à Octobre 2010 - Hétic, Montreuil**

Master Expert en ingénierie et management de la communication numérique - Bac +5 homologué par l'Etat

### **De Octobre 2005 à Juin 2007 - RISE, Paris**

BTS management des unités commerciales

## Expérience

### **De Mars 2011 à Octobre 2011 - Chef de projet web chez tequilarapido - Pole conseil**

Participation aux appels d'offres, conception de stratégies digitales, conception de storyboards, mise en place des plannings et suivi de production, rédactions de spécifications fonctionnelles, brief créatif, brief technique, recette et interface avec le client.

**L'oréal Professionnel** : Brief du directeur artistique, et de l'intégrateur dans le cadre d'un intranet utilisant Sharepoint 2010.

**Crédit Agricole** : Conseil ergonomique et fonctionnel pour la mise en place d'une P.L.V interactive tactile en Flash 10.3, les prestations de conseils effectués ont été plébiscitées par le client qui nous a alors confié le développement et le design.

Budget du premier lot : 40.000 €, la réalisation complète de l'application est estimée à 120.000 €.

Participation à des projets pour : **Renault, Bouygues Immobilier, Suez environnement, Vivendi, Amadeus.**

### **De Octobre 2009 à Octobre 2010 - Chef de projet web chez GDF-SUEZ - Direction recherche et innovation**

Mon rôle dans cette entreprise était de réceptionner les demandes venant de la marque DolceVita et de retranscrire les attentes à des équipes de développement/webdesign Nearshore.

Une autre de mes missions était d'effectuer de la veille, et d'impulser de nouveaux projet, je suis notamment à l'origine d'une refonte du blog DolceVita, de sa migration de Wordpress 2.6.2 à Wordpress 3.0, et de la mise en place d'une version mobile du blog, version qui figure dans l'application iPhone DolceVita qui a été récompensée par un Mobile Marketing Awards dans la catégorie site de marque en 2010.

### **De Juin 2009 à Octobre 2009 - Webdesigner mobile chez Phonevalley - Pole Studio**

Ma première expérience dans le mobile m'a ouvert les portes de cette agence, mon rôle était de réaliser des intégrations XHTML/CSS3 conformes aux normes du W3C, tout en m'inspirant des capacités du navigateur équipant l'iPhone.

Réalisation complète du site **Saab USA iPhone** : Découpe, intégration HTML et CSS3 des maquettes et design d'interaction en CSS3 et AJAX.

Participation à des projets pour : **Scion, Cartier, Toyota.**

### **De Octobre 2008 à Juin 2009 - Chef de projet web mobile chez Jamespot**

Lors de mon stage de graphiste web, le directeur de l'entreprise a remarqué que j'étais fortement intéressé par le mobile, et m'a proposé de réaliser la version mobile du réseau social Jamespot. J'ai alors défini avec lui quelles était le cahier des charges, et j'ai réalisé le graphisme et l'intégration de ce site.

### **De Juin 2008 à Octobre 2008 - Graphiste web chez Jamespot**

Design d'interface déclinant le concept de Jamespot à la vidéo, aux journaux people, et à la vidéo.

## Projet pédagogiques en tant que Chef de projet

**Note : Ces projets ont été réalisés dans le cadre de ma scolarité à Hétic, en situation réelle, face à de vrais client.**

### **Projet business plan - Septembre 2009 - Mars 2010 - Chef de projet**

Réalisation d'un projet innovant ayant des réalités financières et pouvant déboucher sur la création d'une entreprise.

L'idée de ce projet était de créer une «moulinette» permettant de transformer les sites classiques en site mobile / tablette.

Une idée similaire avec un business plan moins élaboré a été finaliste du Techcrunch Disrupt en septembre 2011.

Il fallait présenter la preuve de concept et le business plan devant des Business Angels.

### **Google Online Marketing Challenge : Avril 2009 - Mai 2009 - Chef de projet**

Challenge Adwords organisé par Google destiné aux grandes écoles et facultés, le but de ce challenge était de mener une campagne avec un budget limité de 200 \$ pendant une durée de 3 semaines, l'objectif était de comprendre l'interface Adwords, il y avait 3 rapport à fournir à Google : un rapport de pré-campagne, expliquant le contexte général de l'entreprise, et les mots clés sur lesquels nous nous positionnions, un rapport de milieu de campagne pour définir des axes d'améliorations, et un rapport de post campagne, exprimant les résultats.

Résultat : une augmentation de 3900% du chiffre d'affaires de l'entreprise sur le segment ciblé, durant la période de campagne, cette campagne a été classé par Google comme faisant partie des 50 meilleures campagnes du challenge sur plus de 2000.

### **Stratéco, Cabinet de conseil en développement durable Mars 2008 - Juin 2008 - Chef de projet**

Prise en compte du brief client, encadrement créatif et technique, mise en place du planning de production, gestion de l'équipe de projet 4 personnes en plus de moi, relation avec le client.

## Autres

Aime participer à des conférences en rapport avec le web. Utilisateur des réseaux sociaux et veille sur les problématiques et les enjeux du web.

Anglais : quasi-bilingue : 1 an en Angleterre

Participe régulièrement à des concerts, Apprécie les t-shirts humoristiques, la mode, pratique le vélo tout terrain, aime le cinéma et les soirées entre amis.