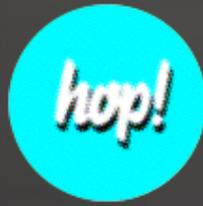




©Nicolas Auproux



Stéphanie Barrois

Concept et Direction de Création

15 passage du Buisson Saint Louis • 75010 Paris
sbarrois@concepteur-et-redacteur.com •
06 64 89 71 86 •
www.stephaniebarrois.fr

“ Ma mission ?
Imaginer des stratégies qui font sens
et surtout booster l'innovation. ”



Parcours

EXPERIENCES PROFESSIONNELLES

2015 • Intervenante Sup de Web
Cours sur la conception rédaction & le jugement créatif

2013 - Fev 2015 • Directrice de Création
TEDxChampsElyseesWomen

Depuis 2010 • Directrice de Création & Concept -
Consulting Créatif freelance
*YSL Beauté, Guerlain, Mon Panier d'Asie, Ruinart, BETC
Digital, Rapp, Soleil Noir, Publicis, Dagobert, Makheïa,
NextIdea, Monsieur White, Cheval de Troie, Heaven,
Raymond Interactive, etc*

MAI 2009 - OCT 2010 • Directrice des Concepts, en
team
NextIdea (anciennement Nextedia)

DEC 2008 - AVRIL 2009 • Directrice des Concepts,
en team
Mediagong

JAN 2008 -DEC 2008 • Conceptrice-Rédactrice
Sénior, en team
La Machine Créative (SQLI)

FEV 2007 - JAN 2008 • Conceptrice-Rédactrice
Emazarine

DEC 2005 - FEV 2007 • Directrice Artistique puis
Conceptrice-Rédactrice
Nurun

2004 - 2007 • Conceptrice-Rédactrice
Freelance

2002 - 2004 • Webdesigner - Graphiste
Mediapost

2001-2005 • Professeur de Français et de littérature

2001-2002 • Rédactrice éditoriale Web
Canalweb



Prix & Awards

DISTINCTIONS

2015 • FWA & Awwward
Expérience CréaCarte Société Générale

2013 - 2014 • FWA, Awwward, Gold Lovie Award,
W3 2014 Gold, Lovie People Choice, etc
Casse-Tête Chinois

2010 • FWA
Plateforme de marque Thierry Mugler

2009 • 21e rang des DC & 17e rang des CR
Hit Wop CB news

2009 • Grand Prix Stratégies du Luxe & Trophée du
e-commerce
Site web Agnès B

2008 • Grand Prix Stratégies du Luxe
Site web Galeries Lafayette



A retenir...

OPERATIONS MARQUANTES

2015 • Accompagnement stratégique & créatif
Auchan Direct

2014 • Collaboration stratégie digitale *Ruinart*

2013 • Lancement du 1er *TEDxWomen* en France

2013 • Lancement du film *Casse-Tête Chinois*

2012 • Plateforme *Guerlain Make up*

2012 • Campagne *Crédit Coopératif* «Mes engage-
ments ont la parole»

2012 • Film d'animation *YSL Beauté*

2011 • Opération *EasyJet* «Passeport pour la Bre-
tagne»

2009 • Opération *EasyJet* «Attrape ton billet au vol»



BOMPT!

Stéphanie Barrois

Concept et Direction de Création

15 passage du Buisson Saint Louis • 75010 Paris
sbarrois@concepteur-et-redacteur.com •
06 64 89 71 86 • www.stephaniebarrois.fr

“
Mon terrain de prédilection ?
Le global digital system.
”

01

Compétences

POINTS FORTS

Comprendre • Développer la stratégie Client

- Plonger dans l'univers de marque : histoire, offre, métier, valeurs, codants, communication, etc
- Identifier les enjeux et définir les grands axes de réflexion créative.
- Formuler le brief créatif.
- Sélectionner les meilleurs concepts et approfondir leur réflexion pour aboutir un dispositif complet respectueux des objectifs client.
- Valider la stratégie créative, l'argumenter, la défendre et la présenter.

Domaines d'interventions : stratégie de marque, branding, event, dispositif de communication pluriel et surtout le digital sous toutes ses formes.

Encadrer • Fidéliser • Créer l'émulation

- Manager une équipe plurielle (DA, CR, Motion, etc)
- Ecouter les besoins, faire grandir et évoluer les talents
- Etablir une dynamique créative (process de brainstorm, ateliers de réflexions, associations de profils, etc)
- Créer l'intérêt et imaginer des solutions pour stimuler le potentiel créatif.
- Recruter, former et motiver les équipes au quotidien.
- Identifier les bons profils et constituer l'équipe idéale à la réussite d'un projet.
- Veille stratégique et créative : tendances, dernières innovations, nouvelles technologies, nouveaux courants artistiques, dernières campagnes, etc

Objectif : alimenter les créatifs et les aider à se dépasser.

Attitude : passion, esprit d'équipe, challenge, sourire et bonne humeur.

Animer les budgets

- Estimer les besoins et les coûts. Trouver les bonnes astuces créatives pour assurer la rentabilité d'un projet.
- Réfléchir et mettre en place les bons outils ainsi que les bons process afin d'optimiser le temps de création et développer la relation client.

Expertise : nombreux secteurs d'interventions, spécialisation dans les marques premium et luxes.

Soutenir la politique de l'agence • les relations Clients

- Définir la stratégie de développement et de communication de l'agence à long terme.
- Jouer les ambassadeurs et être garant de l'image ainsi que du discours de l'agence.
- Imaginer de nouvelles offres
- Développer les liens avec les clients

Points forts : porter, scénariser les présentations clients et emporter l'adhésion de l'auditoire. Sens de la formule et de la communication.

05

Etudes

... ET FORMATIONS

2011 • Formation Management d'entreprise
Normale Sup' Cachan

2005 • Formation flash
Ecole des Gobelins

2000 • Maîtrise de Lettres Modernes
Sorbonne Paris IV - Mention TB

1997 - 2000 • Formation de Comédien
Conservatoire & Initiation à la mise en scène - Mention TB en 2ème et 3ème année

06

Clients

MARQUES & COLLABORATIONS

Accor, Agnès B, Air France, Axa, Biotherm, Bompard, Bongrain, By Kilian, Camille Albane, Chanel, Citroën, Clarins, Club Med, Cortal Consor, Crédit Foncier, Crédit Coopératif, Cyrillus, Dessange, Diadermine, Dior, Easyjet, EDF, FNAC, Franck Provost, G4S, Galeries Lafayette, Garnier, Gaz de France, Gemey Maybelline, Givenchy, GoGo squeeZ, Guerlain, Guy Laroche, Hello Bank, IDTGV, Ikea, ING, Jaeger Lecoultrre, Kenzo, Kinder, Kyriad, La Grande Epicerie, Lancôme, La Pinacothèque, Le Figaro, Le Monde, L'Oréal, Louvres Hôtel, LVMH, Martini, Mizuno, Moët, Mondial Assistance, Monoprix, Nespresso, Nextidea, Orange, Passionata, Paypal, Pernod Ricard, Renault, Ruinart, Second Sexe, S'Miles, Sofitel, Sony, Start People, Tape à l'oeil, TEDxCEWomen, Thierry Mugler, Totalgaz, Transilien, Universal, Vivelle DOP, Volkswagen, Volvic, Vuitton, Yves Saint Laurent, YSL Beauté...

07

Centres d'intérêts

CE QUI ME FAIT VIBRER

... Les bonnes idées, les frigos Smeg, écrire des pièces de théâtre, créer des personnages en pâte à modeler, partir en voyage au bout du monde, lire des romans bien écrits, le design de mon fauteuil Guariche, les jolis dessins, l'étrangeté bisarroïde de mes caudex, les univers particuliers et expositions inspirantes, les livres classés de A à Z, le sourire du chat du Cheschire...