

Gagnons du temps : je me passionne pour l'UX, l'omnicanal et l'optimisation des conversions. Je serais ravi d'en échanger avec vous.

Expériences professionnelles

Responsable expérience client omnicanal - Promod

Depuis novembre 2019

- Gestion et développement de l'activité omnicanale : e-commerce, services multicanaux, ventes additionnelles en magasin.
- Optimisation des parcours clients et renforcement des synergies entre tous les canaux de vente
- Gestion et développement des services de livraison et de paiement
- Management des équipes UX, e-merchandising et services multicanaux

Responsable conversion - Promod

Janvier 2017 - Novembre 2019

- Animation et développement des sites e-commerce et applications du groupe à l'international (33 pays)
- Management de l'équipe e-commerce & gestion de projets

UX Designer, Responsable optimisation - Wexperience

Avril 2010 - Janvier 2017

- Accompagnement et suivi des clients de l'agence : **ergonomie, design, interactions, maintenabilité technique, qualité web, SEO.**
- Mise en place de méthodologies UX : **personas, tests utilisateurs, suivi analytics, arbre d'objectifs, experience map, tests AB et multivariés, personnalisations.**
- Formation aux outils de tests AB et aux méthodologies CRO.
- Management et coordination équipes internes et prestataires : **ergonomes, directeurs artistiques, data analyst, UX designer, graphistes, illustrateurs, développeurs, référenceurs.**
- Conception d'interfaces : **wireframes, user flow, prototypes, intégration html/css, rédaction des spécifications fonctionnelles.**

Quelques références : PRISMA MEDIA, CONDE NAST, SMENO, CAMAIEU, PIMKIE, ONEY, BECQUET, HELLINE, UNIGRO, WITT INTERNATIONAL, DANONE, DECATHLON, IMMOCHAN, NOCIBE

Compétences

Langues

- Anglais
- Allemand
- Html/css/js

Publications

- Optimisation des interfaces e-commerce, 2014
ISBN 978-613-1-54064-6
- Articles sur blogs dont sylvainlys.fr

Conférences & cours

- UX design, Master IDEMM, Université Lille 3. Depuis 2017
- Conversion & optimisation continue, Rencontres du e-commerce, Lille, 2019
- La donnée morphologique comme levier de conversion, NCD, Lille, 2019
- Optimisation de sites e-commerce dans le cadre de refonte, NCD, Lille, 2015

Centres d'intérêt

UX, CRO, transformation culturelle, bande-dessinée, voyages

Formations & certifications

