

PRÉNOM NOM

PRODUCT OWNER SENIOR, PLATEFORMES SAAS B2B ET APPLICATIONS GRAND PUBLIC

120 000 utilisateurs actifs mensuels sur la plateforme SaaS achats	4,5 M€ budget du programme de refonte logistique	+22 pts d'activation à 14 jours, de 41 % à 63 %
-7 pts de churn annuel sur le segment mid market	14 personnes dans mes 2 squads	220 items au backlog du domaine Sourcing

PROFIL

Je fais du produit depuis 9 ans, dont 8 comme product owner, sur des plateformes SaaS B2B et des applications grand public à forte volumétrie. Mon métier : transformer un besoin métier flou en incréments livrables, mesurables, priorisés. J'anime la discovery de bout en bout, entretiens utilisateurs, analyse des tickets support, tests de maquettes, puis je tiens le backlog au quotidien avec 2 squads et 14 personnes. Je décide avec des chiffres. Activation, rétention, coût de traitement, valeur du lot livré : ce sont eux qui tranchent, pas l'avis le plus fort en réunion. Les arbitrages difficiles, je les assume devant les directions métier et je les explique, chiffres à l'appui. Mes périmètres vont de 140 utilisateurs experts en entrepôt à 120 000 utilisateurs actifs mensuels, sur des applications installées jusqu'à 900 000 assurés et un programme de refonte à 4,5 M€. Ce que je cherche : un produit avec un vrai enjeu business et une équipe qui livre.

COMPÉTENCES CLÉS

Discovery continue et entretiens utilisateurs · Cadrage de vision produit et roadmap 12 à 18 mois · Définition et suivi d'OKR par squad · Priorisation RICE, MoSCoW, WSJF · Gestion d'un backlog de 180 à 220 items · Rédaction de user stories et critères d'acceptation	Animation des rituels Scrum et SAFe · Product analytics : activation, rétention, churn · A/B testing et pilotage d'expérimentations · Prototypage et tests utilisateurs (Figma, Maze) · Modélisation de processus métier en BPMN · Arbitrage build ou buy et chiffrage du coût d'opportunité	Stakeholder management et comités de pilotage · Recette fonctionnelle, UAT et plan de bascule · Conformité RGPD et accessibilité RGAA niveau AA · Go to market et enablement des équipes commerciales · Requêtage SQL et construction de dashboards · Gestion de la dette technique dans la capacité d'équipe
---	--	---

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

Product Manager, domaine Sourcing d'une plateforme SaaS d'achats, [Nom du client] janvier 2023 à aujourd'hui

[Nom du client] édite une plateforme SaaS de gestion des achats utilisée par 400 entreprises clientes, dont 120 hors de France, et 120 000 utilisateurs actifs mensuels. Je pilote le domaine Sourcing : 2 squads, 14 personnes entre développement, design, QA et data. L'organisation est en Scrum, mise en production toutes les 2 semaines, comité produit trimestriel de 7 membres. L'enjeu était clair à mon arrivée. Le segment mid market pesait 19 M€ de revenu récurrent annuel avec un churn de 18 % par an, soit 3,4 M€ qui repartaient chaque année.

- Cadrer la vision du domaine Sourcing sur 18 mois et la traduire en roadmap trimestrielle arbitrée avec la direction produit et la direction commerciale.
- Mener la discovery en continu : 6 à 8 entretiens clients par mois, analyse des 900 tickets support trimestriels, tests de maquettes sur un panel de 25 comptes.
- Prioriser en RICE un backlog qui oscille entre 180 et 220 items, en réservant 20 % de la capacité à la dette technique et 10 % à la conformité.
- Animer la relation avec 5 directions métier (achats, finance, juridique, IT, support) via un comité mensuel et des revues de sprint ouvertes à tous.
- Instrumenter le produit et suivre 9 indicateurs hebdomadaires, dont l'activation à 14 jours, l'adoption par module et le délai de traitement d'une demande d'achat.

Résultats : Churn mid market ramené de 18 % à 11 % en 4 trimestres, soit 7 points repris sur une base de 19 M€ et 1,3 M€ de revenu récurrent préservé. · Activation à 14 jours passée de 41 % à 63 % après une refonte de l'onboarding livrée en 3 incréments.

Environnement technique : Jira · Confluence · Figma · Amplitude · Looker · SQL · Miro · Notion · Postman

Product Owner, application mobile de relation client (iOS et Android), [Nom du client]

mars 2020 à décembre 2022

[Nom du client] distribue des contrats d'assurance santé à 900 000 assurés et voulait basculer sa relation client sur le mobile. J'ai repris l'application 6 mois après un lancement raté : 2,4 étoiles sur les stores, et 40 % des 350 000 appels annuels du centre de contact portaient sur des demandes réalisables en ligne. L'équipe comptait 9 personnes : 1 designer, 6 développeurs, 1 QA et 1 data analyst, en sprints de 2 semaines. Je rapportais au directeur digital et je siégeais au comité de pilotage mensuel avec le métier et le service client.

- Reconstruire la roadmap en 6 semaines de cadrage, à partir de 40 entretiens assurés et de l'analyse de 12 000 avis déposés sur les stores.
- Rédiger et affiner 320 user stories, animer les rituels sur 60 sprints consécutifs (affinage, planification, revue, rétrospective).
- Arbitrer le périmètre à chaque fin de trimestre avec le directeur digital, en chiffrant le coût d'opportunité de chaque lot reporté.
- Piloter la mise en conformité RGPD et l'accessibilité RGAA niveau AA sur les 12 parcours les plus utilisés.
- Mettre en place le suivi produit : tunnels d'activation, taux de complétion par parcours, NPS in app trimestriel sur 2 000 répondants.

Résultats : Note moyenne sur les stores passée de 2,4 à 4,3 en 18 mois, sur 11 000 nouveaux avis. · Volume d'appels réduit de 22 %, soit 77 000 appels évités par an et 308 000 € économisés au coût de traitement observé de 4 € par appel.

Environnement technique : Jira · Confluence · Figma · Maze · Firebase · Google Analytics 4 · Mixpanel · TestRail

Business analyst puis Product Owner, refonte du back office logistique, [Nom du client]

septembre 2017 à février 2020

[Nom du client] exploite 4 entrepôts et traite jusqu'à 25 000 commandes par jour en pic saisonnier. Le back office historique, maintenu en interne depuis 2009, bloquait l'ouverture d'un nouveau canal de vente. Programme de refonte de 4,5 M€ sur 30 mois, 3 équipes, jusqu'à 22 personnes, en méthode hybride : cadrage en cycle en V puis delivery en agile à l'échelle. J'ai démarré comme business analyst sur la préparation de commandes, puis j'ai pris le rôle de Product Owner de la squad Expédition.

- Cartographier 46 processus métier avec les responsables d'entrepôt et modéliser en BPMN les 9 processus critiques.
- Traduire les besoins en 210 exigences fonctionnelles tracées, puis en user stories une fois la squad constituée.
- Animer 3 ateliers par semaine avec les opérationnels terrain (préparateurs, caristes, chefs d'équipe) pendant les 7 mois de cadrage.
- Conduire la recette utilisateur avec 18 testeurs métier et piloter la reprise de données sur 4,8 millions de lignes.
- Accompagner le déploiement site par site : 4 vagues de bascule, une par entrepôt, et un support renforcé de 3 semaines sur chaque site.

Résultats : Temps de préparation d'une commande réduit de 31 %, de 4 minutes 20 à 3 minutes, soit 80 secondes gagnées sur chaque commande. · Ouverture du canal marketplace 2 mois avant la date cible, avec 6 000 commandes traitées sur le mois d'ouverture.

Environnement technique : Jira · Confluence · Bizagi · Visio · SQL Server · Power BI · Excel avancé · Postman

FORMATION

Master 2 Management des systèmes d'information et transformation digitale · [Nom de l'établissement] · 2013 à 2015

Licence Économie et gestion, parcours systèmes d'information · [Nom de l'établissement] · 2010 à 2013

CERTIFICATIONS

- Professional Scrum Product Owner I (PSPO I)
- SAFe Product Owner / Product Manager (POPM)
- ICAgile Certified Professional in Product Management (ICP PDM)

LANGUES

Français : langue maternelle · Anglais : courant professionnel (C1), discovery et comités menés en anglais depuis 2023 avec les 120 clients hors de France