



Dominique BUDNY

CONTACT



06 08 56 31 00



dbudny@expertise-digitale.com



Marcq en Baroeul



[linkedin.com/in/dominique-budny](https://www.linkedin.com/in/dominique-budny)

LANGUES

Anglais : Professionnel dans un environnement multi-BUs international

Français : Langue maternelle

FORMATIONS

 Lean Management - ELITEORGA LILLE
- Yellow Belt certification

 Méthode Agile - EFFIDEV LILLE

 Stratégie Web Marketing - ESSEC PARIS

 Master de Sciences et Gestion - MSG IAE LILLE
- Spécialité Marketing & Communication

BUSINESS & PRODUCT TRANSFORMATION DIGITALE

E-commerce • Retail • Omnicanal • Expérience client • Produit digital

PROFIL

Les organisations, dans le cadre de leur transformation, peinent à fiabiliser leurs parcours client et à piloter la performance de leur gestion de l'expérience client. J'interviens pour structurer, chiffrer et faire évoluer ces dispositifs et les produits associés, en alignant business, IT et opérations, dans des environnements multi-BUs complexes.

COMPÉTENCES CLÉS

- Cadrage et structuration de problématiques métiers floues en solutions produit concrètes et actionnables
- Alignement transverse Business / IT / Opérations sur des enjeux d'expérience client et de performance
- Convaincre des stakeholders
- Driver la valeur, orientée impact business
- Pilotage de dispositifs omnicanaux complexes en environnement multi-Bus (en anglais)
- Déploiement et optimisation de solutions CRM / support (Call center, Magasins, Web, Marketplace)
- Pilotage produit et delivery Agile dans des environnements distribués et à fortes contraintes opérationnelles
- Management d'équipe

EXPERTISES

Parcours omnicanaux & post-sales

- Retours produits (web & magasin)
- Claim management / gestion des litiges
- Expérience SAV & support client
- Reverse logistics & flux associé

Expérience client & relation client

- Parcours client omnicanaux
- CRM & outils de relation client
- Optimisation des SLA & qualité de service
- Réduction des irritants & amélioration continue

Produit digital & cadrage

- Cadrage fonctionnel & structuration des besoins
- Discovery & priorisation par la valeur
- Roadmap produit & pilotage par KPI
- Formalisation des parcours & process

Transformation & delivery

- Coordination transverse Business / IT / UX / Ops
- Gouvernance produit & pilotage multi-BUs
- Déploiement de solutions omnicanales
- Conduite du changement & adoption

MES MISSIONS

2025 – avril 2026

ADEO AHS PLATFORM

Project Manager Support & Claim



CONTEXTE

Intervention au sein de la plateforme AHS d'ADEO sur des parcours de vente de services et de gestion d'incidents pour l'exécution de la commande ou des réclamations post chantier, dans un environnement multi-BU avec des enjeux de fluidité opérationnelle et de qualité de traitement.

MISSION

Cadrer les opportunités business, structurer les besoins et faire évoluer les solutions support & claim management au service des équipes et de l'expérience client.

ACTIONS BUSINESS

- Cadrage des opportunités remontées par les BUs sur les parcours d'exécution de vente de services
- Qualification des besoins métiers et formalisation des attendus fonctionnels
- Amélioration du task management pour mieux piloter les alertes automatiques, les flux et les priorités
- Construction de dashboard Business pour challenger les process et organisations des Bus afin d'optimiser la relation client
- Optimisation de la gestion des inbounds et des circuits de traitement
- Structuration du claim management dans Zendesk

PILOTAGE PRODUIT

- Mise en place de rituels d'équipes : Daily, Synchro hebdomadaire avec les Business Owner, Sprint planning
- Réalisation d'interview utilisateurs (bi-monthly)
- Réalisation d'Opportunity Solution Tree (OST)
- Travail d'analyse des data produits
- Prototypage avec les UX et tests avec les BUs
- Build des solutions dans les différents produits de la plateforme : écriture des EPICS dans Jira
- Identifications des dépendances avec les Architectes
- Construction de la Roadmap et préparation des Quarter Plan Planning

APPORTS / IMPACTS

- Mise en place d'un cadre plus robuste pour le support et les réclamations, avec une meilleure lisibilité pour les équipes, une montée en qualité de traitement et une cohérence renforcée entre besoins business et exécution produit.
- Baisse de 30% des SLA
- Structuration importante avec la création du data model et Business Object "Claim"

COMPÉTENCES MOBILISÉES

- Cadrage fonctionnel
- Gestion des processus de Product Management
- Coaching d'équipe
- Coordination transverse

ENVIRONNEMENT TECHNIQUE

- MÉTHODOLOGIE: Scrum / Agile, Lean Management / Product Management
- OUTILS: Zendesk / Jira (backlog & sprints, kanban) / Confluence (documentation) / Miro (modélisation de parcours et ateliers collaboratifs), Google Suite

2022 – 2025

Business Product Leader – Post Sales / Retours omnicanaux

ADEO CCDP PLATFORM



CONTEXTE

Pilotage produit des sujets retours post-achat au sein de la plateforme CCDP d'ADEO, avec des enjeux de cohérence omnicanale, de performance opérationnelle et d'amélioration de l'expérience client.

MISSION

Porter la promesse omnicanale des retours, faire converger les besoins des BUs vers un Core Model, et animer les évolutions produits sur un périmètre transverse à fort impact métier.

ACTIONS BUSINESS

- Pilotage de la promesse omnicanale des retours web et magasins. Évolution des parcours orientés expérience client
- Mise en place d'un CSAT client
- Limiter la fraude aux Retours
- Fournir les outils d'aide à la décision pour les collaborateurs Call Center et Magasins
- En lien avec la Supply, optimiser le flux physique de retours produits
- Tracker les causes et les coûts de retours associés, et tirer l'amélioration continue pour faire baisser les coûts
- Onboarding des BUs et coordination des roadmaps transverses.
- Contribution au change des BUs.

PILOTAGE PRODUIT

- Identifier les "spécifiques" fonctionnels ou légaux des BUs et intégrer les nécessités dans la roadmap produit
- Mise en place de dispositifs d'IA pour détecter la fraude aux retours : baisse drastique des cas de fraude
- Contribution à la diminution des SLA de traitement côté collaborateurs
- Augmentation du NPS collaborateur et du NPS client
- Animation des équipes UX, Architectes, digitales et développeurs
- Organisation d'ateliers d'idéation, Blueprint, et d'Event Storming

APPORTS / IMPACTS

- Renforcement de la gouvernance transverse sur les retours, meilleure coordination des parties prenantes et consolidation de parcours post-sales plus cohérents, plus fiables et plus lisibles pour les BUs.
- Baisse drastique de la fraude aux retours
- Amélioration du NPS client
- Amélioration de la LTV : clients achetant 2 fois plus en fréquence et 2 fois plus en valeur

COMPÉTENCES MOBILISÉES

- Leadership et vision produit
- Coordination multi-équipes, notamment avec les piliers omni-commerce
- Amélioration continue des parcours clients

ENVIRONNEMENT TECHNIQUE

- MÉTHODOLOGIE: Agile, Product Management, Example Mapping
- OUTILS: Colibra (plateform de Data Objects) / Qualtrics / Jira (backlog & sprints, kanban) / Power BI / Confluence (documentation) / Miro (modélisation de parcours et ateliers collaboratifs), Google Suite

2019 – 2022 Chef de projet Retours – Commande omnicanale

LEROY MERLIN FRANCE



CONTEXTE

Refonte de la promesse retours dans le cadre de la commande omnicanale de Leroy Merlin France, avec des attentes fortes sur la différenciation marché, la fluidité des parcours et l'efficacité opérationnelle.

MISSION

Actualiser la promesse retours, cadrer les évolutions cibles et faire avancer les outils et processus en lien avec la stratégie omnicanale de l'enseigne : rendre Leroy Merlin concurrentiel puis différenciel sur les parcours omnicanaux Retours produits.

ACTIONS BUSINESS

- Analyse concurrentielle et recherche de leviers différenciants
- Audit complet des Retours dans l'enseigne en lien avec les équipes Performance (contrôle de gestion et audit)
- Construction d'une Roadmap d'intention et présentation au CODIR
- Animation en transverse des équipes avec mon Sponsor au sein du CODIR
- Construction des OKR pour le pilotage
- Mise en place des COPIL nécessaires
- Actualisation de la promesse omnicanale sur les retours web et magasins
- Lancement d'un RFP pour prendre une solution produit du marché de gestion des retours clients
- Optimisation et redéfinition des process et gestes métier
- Amélioration continue en lien avec le SAV, la "seconde vie", la Supply et le service transport, les entrepôts, les magasins

PILOTAGE PRODUIT

- Évolution en mode Agile des outils IT et de l'architecture
- Coordination des chantiers de delivery et des interactions métiers / IT, notamment avec l'éditeur choisi
- Définition du cadrage reverse logistique et des flux optimisés
- Pilotage du Change des équipes relation client et des équipes magasins

APPORTS / IMPACTS

- Clarification de la promesse client,
- Réalignement des processus retours avec les enjeux omnicanaux
- Meilleure articulation entre attentes business, réalité terrain et solutions digitales.
- Gains significatifs grâce à l'amélioration continue des secteurs principaux causant des impacts et coûts de retours.
- Baisse du Churn client et gains directs (9%) sur le CA fidélité client
- Impact sur la LTV mesuré par les équipes Marketing de LMFR

COMPÉTENCES MOBILISÉES

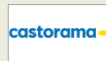
- Convaincre les sponsors Codir des chantiers à mener
- Transformation digitale,
- Animations d'équipes transverses
- Logistique inverse,
- Cadrage fonctionnel,
- Agilité
- Conduite du changement.

ENVIRONNEMENT TECHNIQUE

- MÉTHODOLOGIE: Redécouverte des parcours globaux transverses grâce à l'Event Storming, atelier Idéation
- OUTILS: Colibra (plateform de Data Objects) / Qualtrics / Jira (backlog & sprints, kanban) / Power BI / Confluence (documentation) / Miro (modélisation de parcours et ateliers collaboratifs) / Figma /Google Suite

2018 – 2019 Chef de projet Call Center IT

KINGFISHER FRANCE / CASTORAMA / BRICO DÉPÔT



CONTEXTE

Transformation des dispositifs call center dans un contexte omnicanal pour Castorama et Brico Dépôt, avec des enjeux d'alignement sur des nouveaux systèmes/logiciels, entre relation client, opérations magasins, supply et systèmes d'information.

MISSION

Définir le cadrage cible, faire converger les besoins métiers et piloter les livrables nécessaires à la modernisation de l'outillage relation client, en lien avec des Call Center Offshore

ACTIONS BUSINESS

- Définition de la stratégie relation client dans un cadre omnicanal
- Analyse des besoins fonctionnels et cadrage amont
- Coordination web, magasins, supply chain et RH

PILOTAGE PRODUIT

- En lien avec un PO écritures des User Story dans Jira
- Suivi du planning de Delivery et coordination avec le PMO
- Mise en place des outils et flux SAP CRM, ATG et reporting dans SAP BI
- Étude et déploiement du web call-back, du chat et des SLA
- Pilotage des livrables techniques, recette fonctionnelle, Sanity Check et cut-over

APPORTS / IMPACTS

- Structuration d'un cadre relation client plus homogène,
- Meilleure coordination transverse et sécurisation d'un programme de modernisation des outils call center au service de l'expérience client.
- Convergence des outils et process entre Castorama et Brico Dépôt pour des gains financiers et d'efficacité

COMPÉTENCES MOBILISÉES

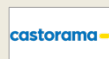
- Gestion de projet IT,
- Intégration de flux,
- Coordination transverse, et cadrages fonctionnels

ENVIRONNEMENT TECHNIQUE

- MÉTHODOLOGIE: Agile, Interview Collaborateurs et Experts métier
- OUTILS: Bazar Voice / SAP CRM / ATG / SAP BI / Web call-back / Chat

2017 – 2018 Chef de projet Web omnicanal / Product Owner

CASTORAMA FRANCE



CONTEXTE

Refonte de la plateforme web omnicanale Castorama avec un nouveau tunnel de vente pour l'e-commerce et la vente en magasin, dans un cadre international avec équipes offshore.

MISSION

Prendre en charge des périmètres fonctionnels clés de la plateforme, sécuriser le build et accompagner la mise en œuvre opérationnelle côté métier.

ACTIONS BUSINESS

- Définition des nouveaux process business et des parcours clients en Business readiness,
- Accompagnement des équipes métier
- Formalisation des modes opératoires.
- Coordination des sujets : prix & promotions, emails transactionnels, Voice of Tone Castorama, et conformité légale et fiscale

PILOTAGE PRODUIT

- Structuration du nouveau tunnel de vente et des parcours client associés
- Suivi des développements Agile offshore : réalisés par Tata Consulting en Inde sur le build de features de la plateforme omnicanale ATG
- Tests, recettes fonctionnelles, Sanity Check et suivi de la mise en production

APPORTS / IMPACTS

- Sécurisation de chantiers sensibles du nouveau site,
- Meilleure articulation entre exigences métiers et delivery techniques
- Renforcement de la qualité de cadrage sur les parcours de vente.

COMPÉTENCES MOBILISÉES

- Product ownership,
- Analyse de risques
- Culture e-commerce du Retail,
- Coordination internationale,
- Recette fonctionnelle
- Agilité

ENVIRONNEMENT TECHNIQUE

- MÉTHODOLOGIE: Agile, Interview Collaborateurs et Experts métier
- OUTILS: Jira / SAP CRM / ATG / SAP HYBRIS / SAP BI / ENDECA / Site Builder/ Riversand

2015 – 2017 Missions de conseil en transformation digitale

MULTISECTORIEL, pour :

Société de gestion de patrimoine – Lille

Analyse des attentes du sponsor, cahier des charges, appels d'offres, suivi de la conception fonctionnelle et technique, conduite du changement, optimisation SEO / SEM, tracking et data.

Pure player décoration / mobilier vintage VINTAGE PEOPLE - Paris

Audit technique et commercial, cadrage d'un site e-commerce Prestashop, recettage, politique commerciale, marketplaces, SEO, relation client et tunnel de commande.

Éditeur de logiciels relation client ARESIA SOLUTIONS - Lille

Benchmark marché, spécifications fonctionnelles et techniques, MOA sur téléphonie IP / VoIP, recettage et intégration dans des CRM existants.

Société SaaS NOVABRICKS – Lille

Stratégie de communication, specs techniques, wireframes, sélection des prestataires, A/B tests, emailings, Google Ads et accompagnement des équipes.

Industrie & services CIEDIL – Dunkerque

Audit initial, préconisations d'organisation, mise en place d'un logiciel de FSM (Field Service Management) ROADMAPPER

CONTEXTE

Période de missions de conseil auprès d'acteurs de secteurs variés, avec un fil rouge constant : cadrer les besoins, faire converger métier et IT, et structurer les dispositifs digitaux au service de la performance.

MISSION

Intervenir en appui des directions et sponsors pour transformer des enjeux de relation client, de digitalisation et d'e-commerce en feuilles de route et solutions opérationnelles.

ACTIONS BUSINESS

- Audits, diagnostics et rapports de préconisations.
- Cadrages business fonctionnels
- Rédaction de cahiers des charges, et appels d'offres
- Conduite du changement, accompagnement des équipes
- Optimisation SEO / SEM / data

PILOTAGE PRODUIT

- Conception et déploiement de sites e-commerce, extranets et dispositifs CRM
- Production de wireframes, spécifications fonctionnelles et techniques, recette
- Animation des produits et prestataires externes
- Suivi de solutions téléphonie IP, VoIP, outils SaaS, Access / SQL, PHP / SQL Server, WordPress et Prestashop

APPORTS / IMPACTS

- Mise en place de cadres de décision plus structurés,
- Sécurisation des choix de solutions
- Amélioration de l'alignement entre ambitions business, processus internes, expérience client et exécution digitale.

COMPÉTENCES MOBILISÉES

- Conseil en transformation,
- Expertise e-commerce, CRM
- Production de Roadmap stratégique
- Construction des budgets d'investissements associés à la Roadmap
- Animation d'ateliers de cadrage fonctionnel
- Gestion de projet,
- Change management.

ENVIRONNEMENT TECHNIQUE

- MÉTHODOLOGIE: Agile, Interview Collaborateurs et Experts métier, animation d'atelier de cadrage
- OUTILS: Prestashop / WordPress / CRM / VoIP / Access / SQL. PHP / SQL Server

MES EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

2015 - 2022 - CO-FONDATEUR DE ARESIA SOLUTIONS (logiciel d'Appels Sortants)

Cofondateur et product owner, de la conception à la commercialisation, d'une solution B2B dédiée à la performance opérationnelle des équipes de relation client et de prospection.

Apport direct : compréhension des contraintes d'adoption terrain, de delivery et d'enjeux business.

J'ai accompagné des organisations comme Advantage Group France dans l'optimisation de leurs campagnes d'appels sortants, avec un positionnement très clair :

- Déploiement en 15 minutes, sans impact sur le SI existant
- Aucune dépendance aux CRM en place (solution en surcouche)
- Sécurisation des données sensibles (hébergées côté client)
- Apport immédiat de fonctionnalités avancées inspirées des call centers (qualification, suivi des interactions, relances, supervision, collaboration, formation)

En tant que cofondateur, j'ai piloté :

- le développement commercial (structuration de l'offre, acquisition clients, cycles de vente)
- l'évolution produit (UX/UI), avec un focus sur l'adoption terrain et l'efficacité opérationnelle

Cette double expertise business x product me permet aujourd'hui d'intervenir sur des sujets tels que :

- optimisation des parcours de relation client (SAV, claims, support, call center)
- cadrage et conception de solutions orientées usage métier
- amélioration de la performance opérationnelle via des outils simples, adoptés et mesurables

👉 Je privilégie toujours des approches pragmatiques, orientées impact, sans transformation lourde inutile

2 ans - DIRECTEUR E-COMMERCE

CÉMONJARDIN.COM

Secteur B to C : retail Distribution Bricolage Jardin

2 magasins de 5000m2 Lille et valenciennes et site e-commerce secteur Jardin et Bâti

Site Internet : CA de 3 €M

Mise en place d'une nouvelle stratégie omnicanale et de « Click & Collect »

- Management interne & externe d'équipe (30 personnes),
- Définition des objectifs et suivi de leur réalisation,
- Mis en place des tableaux de bord opérationnels et des outils de type gestion de projets (Redmine),
- Point régulier aux actionnaires lors de réunions Codir
- Gestion des leviers d'acquisition de trafic : Adwords, référencement naturel, affiliation,
- Négociations avec les Marketplaces (La Redoute, CDiscount, Amazon, Ebay, ...),

4 ans - DIRECTEUR WEB, MARKETING & COMMUNICATION

Sté JARDI-DÉPÔT

Secteur B to C : retail Distribution

Enseigne de 6 magasins au Nord de Paris de 4 500 m² à la vente

Spécialiste de produits d'aménagement des extérieurs de maison

- Gestion de projet :
 - Création site e-commerce
 - Remplacement et déploiement d'un nouvel outil d'encaissement (CEGID)
- Management interne et externe de 30 personnes
- Gestion des leviers e-marketing (Adwords, référencement naturel, affiliation),
- Adaptation et développement technique spécifique entre l'ERP SAGE et le nouveau site Internet,
- Gestion de l'ensemble des leviers « Print » avec création d'une nouvelle charte graphique,
- Achat d'espaces publicitaires, spots radio, parution presse, etc.

4 ans - DIRECTEUR MARKETING & COMMUNICATION

Sté JARDIPOLYS

Secteur B to B : Négoce grande distribution

Négoce de produits pour le secteur de la Grande Distribution jardin /bricolage

Clients enseignes : Leroy merlin - Mr Bricolage - Intermarché - Auchan - Carrefour - Magasin Vert - Gamme Vert – Jardiland – ToutFaire – Big Mat – Point P

- Management d'une équipe de 10 personnes
- Définition des objectifs et suivi de leur réalisation,
- Réalisation d'un site Web institutionnel
- Élaboration d'un catalogue annuel de 200 pages
- Réalisation de packaging, ILV & PLV
- Gestion de la communication dans la presse professionnelle

4 ans - DIRECTEUR COMMERCIAL

Sté JARDIPOLYS

Secteur B to B : Négoce grande distribution

Négoce de produits pour le secteur de la GD jardin /bricolage

CA géré de 12€M

- Responsable du référencement national et des négociations auprès des centrales d'achats : Auchan, Leroy merlin, Jardiland, etc
- Management de l'équipe commerciale (13 personnes)
- Définition des objectifs et suivi de leur réalisation,
- Pilotage de l'organisation et animation de réunions commerciales
- Accompagnement et suivi sur le terrain
- Organisation de salon Internationaux, Nationaux, et d'enseignes