

Virginie Vincens

| 514-242-7617 | vvincens@gmail.com

Sommaire

Plus de vingt ans d'expérience en entreprise et en agence en relations publiques ayant des activités pancanadiennes. Mon parcours professionnel pour des entreprises au rayonnement international m'a permis de développer des compétences en relations publiques et marketing répondant aux plus hauts standards. Mon réseau professionnel s'étend à l'ensemble du Canada, tant avec les médias que les partenaires d'affaires. Je possède de solides habiletés en communication, en rédaction, en gestion événementielle et résolution de problèmes pour des campagnes complexes, ai développé une grande capacité à travailler sous pression et superviser une équipe performante lors de circonstances comprenant de multiples dossiers et des échéanciers serrés. **Bilingue** : français et anglais.

Formation

CERTIFICAT – PR MANAGEMENT | 1991 | MCGILL UNIVERSITY

- Spécialisation : rédaction

BACCALAUREAT ECONOMIE | 1984 | EAB PARIS (FRANCE)

Compétences

GESTION

- Vaste expérience en gestion de personnel & budgétaire.

CONSEIL STRATEGIQUE

- Vaste expérience en élaboration de stratégies et de plans de communication liés aux objectifs du plan stratégique de l'entreprise.

REDACTION

- Fortes habiletés en rédaction.

LEADERSHIP

- Bénévole et responsable des communications pour la fondation Les Petits Rois.

LEADERSHIP

- Compétences: Adobe Pro, Meltwater, Klear, Media Ratings Points (MRP)
- Microsoft Office, MacOS operating systems

VICE-PRESIDENTE, POSITIONNEMENT DE MARQUES | NATIONAL | AVRIL 2020 - PRESENT

- Agir à titre d'expert-conseil auprès des équipes de communications des clients de National.
- Définir les objectifs de communications et de relations publiques des marques.
- Planifier les activités de relations publiques et médiatiques afin de positionner les marques et les organisations.
- Élaboration de plans de communication pour les marques, pour les lancements de produits.
- Travailler de concert avec les agences partenaires à l'élaboration de stratégies de communications intégrées.
- Identification des orientations stratégiques en matière de communication numérique, de la communication sur les réseaux sociaux et autres canaux d'information.

- Positionner, conseiller et accompagner les membres de d'équipe de direction dans les événements externes (entrevues avec les médias, allocutions et présentations pour des tribunes, participation à des panels de discussions ou des séances d'information et notes de breffage).

DIRECTRICE DES RELATIONS PUBLIQUES | PRESTILUX INC | FEVRIER 2017 – AVRIL 2020

- Élaborer et mettre en œuvre les plans de communications pour le portefeuille de marques de l'entreprise.
- Mise en place d'outils de mesure de la performance des campagnes pour les marques et de rapports mensuels.
- Agir à titre de porte-parole pour les marques au Canada auprès des médias et des influenceurs.
- Identification des orientations stratégiques en matière de communication numérique, de la communication sur les réseaux sociaux et autres canaux d'information.
- Supervision de l'équipe de gestion des communautés sur les réseaux sociaux des marques.
- Mise en œuvre de campagnes d'influence pour les marques, gestion d'une base d'influenceurs pour le Canada.

DIRECTRICE DES RELATIONS PUBLIQUES | CHANEL | AOÛT 2008 – FÉVRIER 2017

- Agir à titre de directrice des relations publiques de CHANEL au Canada pour l'ensemble des divisions de la marques : prêt-à-porter, parfums & beauté, joaillerie et horlogerie, communications corporatives.
- Élaboration de plans de communications annuels pour chaque division.
- Gestion d'un budget de plus d'1M\$.
- Agir à titre de porte-parole pour la marque au Canada.
- Agir à titre de formatrice auprès des employés de Chanel Canada (points de vente).
- Agir à titre de conseillère stratégique auprès de l'équipe de direction ; s'assurer que l'équipe soit régulièrement informée des tendances majeures de l'industrie.
- Gestion de partenariats caritatifs et développement de solides relations auprès des acteurs de l'industrie culturelle au Canada.

CONSEILLERE PRINCIPALE | MSL GROUPE | JANVIER 2004 – AOUT 2008

- Agir à titre d'expert en communication pour le Québec : adapter et exécuter les campagnes de relations publiques pour divers clients du groupe de pratique Consommation de MSL.
- Agir à titre de directrice du bureau de Montréal par interim et supervision d'une équipe de conseillers de 4 personnes.
- Développement d'affaires pour le Québec : participer aux briefs des clients de l'agence, agir à titre de conseillère stratégique pour l'adaptation des campagnes au Québec, assister au présentations (pitches).
- Gestion des budgets clients.
- Développement et mise en œuvre de campagnes de commandites pour les clients, gestion de la visibilité des marques lors d'événements d'envergure (i.e. Semaine de Mode de Montréal x Sensation Mode).

GESTIONNAIRE DES EVENEMENTS SPECIAUX | GROUPE SAN FRANCISCO | JUILLET 2002 – JANVIER 2004

- Élaboration et implantation d'un calendrier d'événements pour l'ensemble des magasins Les Ailes de la Mode (5 points de vente).
- Développement de partenariats avec les marques.
- Gestion du budget des événements spéciaux.
- Supervision des équipes de coordination des événements.
- Relations média.

GESTIONNAIRE DE COMPTE | PROFILE PLUS | JANVIER 1996 – JUILLET 2002

- Développement des affaires.
- Agir à titre de représentante pour les produits élaborés par l'entreprise.
- Recherche et présentation de tendances en PLV.
- Élaboration de devis.

CHEF DES RELATIONS PUBLIQUES | LUCAS CHARBONNEAU | JANVIER 1995 – DECEMBRE 1995

- Élaboration et mise en œuvre des plans de relations publiques et de campagnes marketing pour Luca Joailliers, Lucas Cadeaux et Christofle.
- Relations avec les médias.
- Relations clients (CRM).
- Organisation d'événements spéciaux en boutique.
- Coordination de la production du matériel publicitaire en collaboration avec les agences.

CHEF DES RELATIONS PUBLIQUES | SIMON CHANG INC | AVRIL 1994 – DECEMBRE 1994

- Développement du plan de relations publiques.
- Relations médias.
- Relations avec les stylistes.
- Coordination d'événements spéciaux.

COORDONNATRICE DES EVENEMENTS SPECIAUX | OGILVY | SEPTEMBRE 1991 – AVRIL 1994

- Coordination des événements spéciaux dans le magasin Ogilvy.
- Développement de partenariats avec les organisations caritatives.
- Relations avec les médias.

COORDONNATRICE | NATIONAL | FEVRIER 1990 – SEPTEMBRE 1991

- Relations médias.
- Révision et production de communiqués.
- Rédaction
- Coordination de conférences de presse.