



# DAVID GIGUÈRE

20 ANS + D'EXPÉRIENCE



davidgiguere@videotron.ca  
514 206-3000

MARKETING  
NUMÉRIQUE

MARKETING  
TRADITIONNEL

MARKETING  
STRATÉGIQUE

MARKETING  
DISRUPTIF

## PRINCIPE

« Le numérique est le "New Normal".  
soit les entreprises s'adaptent  
soit elles s'éteignent. »

DAVIDGIGUERE.COM

## EXPÉRIENCES PROFESSIONNELLES

2015 - 2016 **MARCIL MATÉRIAUX RÉNOVATION (Lowe's/RONA inc.)**

### VICE-PRÉSIDENT MARKETING & MISE EN MARCHÉ

- Réaliser un virage numérique en profondeur de 360° de la bannière, en s'appuyant sur un entrepôt de données générant des méga-données pour une vision du client unifiée;
- Développer la Stratégie de bannière et en structurer les processus afin de la préparer à une croissance rapide;
- Participer au développement accéléré de la chaîne nouvellement acquise par RONA ;
- Rajeunir et raffermir l'image de marque MARCIL.

### Réalisations

- Ventes au détail de +5 % comparables YTD;
- Augmentation des transactions de +10 %;
- Nouvelle stratégie numérique/relationnelle par phase et constitution d'un entrepôt de données clients.



### MARCIL MATÉRIAUX RÉNOVATION

« David est une personne d'exception car il sait adapter les stratégies marketing en écoutant et impliquant les différents membres d'équipe soient les opérations, les achats ou autre. Un leader et motivateur hors pair, il a su implanter des moyens pour déterminer les besoins de la clientèle et rallier l'équipe pour que tous travaillent dans la même direction. En s'impliquant sur le terrain, David s'est assuré de faire une planification et des stratégies marketing qui reflétaient l'entité propre de Marcil. »

#### FRANÇOIS MARCIL

Président et propriétaire de MARCIL 1976-2016



2013 - 2015 **RÉNO-DÉPÔT (RONA inc.)**

### DIRECTEUR PRINCIPAL MARKETING

- Ramener le Concept Réno-Dépôt à la santé commerciale et financière;
- Développer la Stratégie de bannière, la présenter, et l'implanter dans 16 magasins en 8 mois, puis ouvrir 3 nouveaux magasins en deux mois;
- Établir une nouvelle stratégie de positionnement qui inclut : stratégie de prix, de produit, et de marketing/communication;
- Développer et mettre en place les phases d'une transformation numérique du site web de R-D pour l'amener vers le commerce en ligne (approche « Clic & Pick up »);
- Jouer le rôle de leader et porte-étendard du renouveau pour Réno-Dépôt au sein de toute l'organisation et surtout pour les magasins;
- Équipe de 12 personnes;
- Budget de 9 millions \$.



# DAVID GIGUÈRE

COMMERCE DE DÉTAIL



davidgiguere@videotron.ca  
514 206-3000

## PRINCIPE

« Pour créer de la valeur à l'actionnaire, il faut d'abord créer de la valeur pour les clients. »

DAVIDGIGUERE.COM



### Réalisations

- Différentiel de croissance de ventes de +14 % comparable entre 2013 et 2014 ; puis de + 5 % en 2015 et de + 6 % en 2016 ;
- Augmentation du trafic de + 8 % en moyenne sur trois ans.

#### RONA INC.

« Grâce son leadership contagieux, son originalité, sa vision globale des enjeux et sa grande connaissance du commerce de détail, David a joué un rôle capital au sein de l'équipe Réno-Dépôt et a contribué significativement au succès rapides et réels de la relance.

David a une attitude volontaire portée vers l'action et la prise de décisions pragmatiques. Il a une " pensée latérale " qui lui fait souvent aller en territoires stratégiques nouveaux. Communicateur efficace, il a démontré un souci constant de rester proche de la réalité des magasins et a obtenu d'eux beaucoup de respect.

(...)

Je recommande David Giguère avec enthousiasme. »

#### LUC RODIER

*Premier vice-président, Détail  
RONA inc. 2011-2016*



2010 - 2013

#### MARKETING EN AMONT

##### DÉVELOPPEMENT ET ACTIVATION DE STRATÉGIES MARKETING STRUCTURANTES

##### Mandats principaux

2012-2013 **VICE-PRÉSIDENT, VALEUR AU CLIENT, MAIBEC INC.**

- Mise en place d'une approche « Customer Centric ».

2011 -2012 **VICE-PRÉSIDENT MARKETING, BOUTIQUE LE PENTAGONE INC.**

- Développement d'un plan de positionnement pour Pentagone ;
- Création d'une grille de stratégie-produits ;
- Mise sur pied et implantation d'une approche de mise en marché magasins (incluant formation en magasins).



#### BOUTIQUE LE PENTAGONE INC.

« David est un gars de stratégies innovatrices et créatives essentielles pour une entreprise de nos jours. Encore plus important, il est un leader motivateur qui sait mettre en place les stratégies et de les rendre concrètes avec tous les employés de l'entreprise.

Il est un communicateur extraordinaire qui énergise et rallie tous les employés vers le ou les buts communs, avec des approches extrêmement humaines.

David est axé résultats et a le souci des ventes jour après jour. Il est une personne de grande valeur, dévouée et qui ne compte pas ses heures. Pour toutes ces raisons, je le recommande avec enthousiasme ! »

#### JEANNOT LANGLOIS

*Directeur-général de Boutique  
Le Pentagone de 2011-2012*





**DAVID  
GIGUÈRE**  
AGENT DE CHANGEMENT



davidgiguere@videotron.ca  
514 206-3000

## PRINCIPE

« Un bon positionnement  
doit être UNIQUE,  
PERTINENT et RÉEL. »

DAVIDGIGUERE.COM

2008 - 2010

### GROUPE JUSTE POUR RIRE INC.

#### VICE-PRÉSIDENT, VENTES & MARKETING

- Relevant directement du Président directeur-général;
- Supervision d'une équipe de 30 pers. (15 mkt, 15 ventes);

#### Réalisations

- Mise en place de projets de marketing numérique et d'intelligence d'affaires (data minig) : commerce électronique, entrepôt de données ; stratégie Web 2.0, stratégie de marketing relationnel ;
- Croissement des ventes du Festival de Mtl comparables (YTD) de 13 % (72 millions \$ à 81 millions \$);
- Devancement des ventes par l'utilisation accrue du marketing relationnel (1 millions \$ de plus YTD entre décembre et janvier);



#### GROUPE JUSTE POUR RIRE INC.

« Chez Juste pour Rire, David a su mobiliser une équipe de grande valeur et a élaboré un plan marketing exceptionnel. La collaboration qu'il a manifestée envers ses confrères a été très appréciée. Je recommande David sans aucune restriction. »

#### ALAIN COUSINEAU

*Président des Opérations du  
Groupe Juste pour rire de 2007-2009*

**Juste  
pour  
rire**

2005 - 2008

### SOCIÉTÉ DES CASINOS DU QUÉBEC INC.

#### VICE-PRÉSIDENT, MARKETING & VENTES

- Relevant directement du Président des opérations;
- Supervision d'une équipe de plus de 50 personnes;
- Budget de 18 millions \$.

#### Réalisations

- Développement d'une stratégie corporative de positionnement de marque unique, pertinente, notable et – surtout – en superviser l'exécution dans toutes les sphères de l'entreprise;
- Stratégie d'optimisation des efforts commerciaux basée sur la loi de Pareto et une analyse pointue des clientèles qui a résulté en une économie de 1 millions \$ ("Bottom Line") en 2007;
- Chantiers d'implantation de la nouvelle stratégie de positionnement, incluant :
  - Présentations à tous les niveaux de l'entreprise, de la Haute Direction de Loto-Québec aux employés de plancher, en passant par les principaux Syndicats ("Buy-In");
  - Mise sur pied de comités d'implantation dans chacune des unités d'affaires ("Buy-In");
  - Développement de stratégies T.I., CRM, Ventes, Services clientèle, RH, Produits, aménagement et marketing (et recherche) découlant du nouveau positionnement.



#### SOCIÉTÉ DES CASINOS DU QUÉBEC INC.

« Pour définir qui est David, je dirais : talentueux, engagé, créatif et centré sur les résultats. Ce fut un plaisir d'avoir la collaboration de David au sein de notre entreprise. Sa contribution à notre évolution et à notre positionnement est omniprésente encore aujourd'hui. »

#### CLAUDE POISSON

*Président de la SCQ 2008-2015*

**CASINOS  
DU QUÉBEC**



# DAVID GIGUÈRE

APPROCHE STRUCTURANTE



davidgiguere@videotron.ca  
514 206-3000

## PRINCIPE

« L'exécution doit l'emporter  
sur la planification. »

DAVIDGIGUERE.COM

- 1997 - 2005 RONA INC. (Réno-Dépôt, Groupe Kingfisher)**  
2003 - 2005 **VICE-PRÉSIDENT, STRATÉGIES DE DÉVELOPPEMENT (RONA)**  
**Réalisations**
- Développement d'une stratégie corporative de positionnement des différentes marques et bannières opérées par l'entreprise;
  - Réno-Dépôt en augmentation des ventes comparables de 2,5 %.
- 2001 - 2003 **VICE-PRÉSIDENT, MARKETING (Réno-Dépôt inc.)**  
**Réalisations**
- Maintien de l'image de marque parmi les cinq plus aimées au Québec (numéro 3 en 2000);
  - Développement du *Outside Draw* jusqu'à 50% (comparable RONA : 40%). *Inside Draw* de 80% (RONA 50%).
- 1996 - 2001 **DIRECTEUR, MARKETING (Réno-Dépôt inc.)**  
**Réalisations**
- Maintien d'une croissance annuelle de près de 10 %, incluant l'ouverture de 13 magasins;
  - Création d'une nouvelle marque en Ontario (The Building Box);
  - Supervision du changement de l'image de marque et corporative : changements de signature corporative et de positionnement.



### RÉNO-DÉPÔT INC.

« Smart, strategic, great leadership skills... David a un très bon sens des affaires et une vision stratégique du marketing peu commune. »

#### SYLVAIN TOUTANT

*Président et Chef de la Direction  
de Réno-Dépôt de 1999-2003*



## FORMATION ACADEMIQUE

- 1993 MAÎTRISE EN SCIENCE DE LA COMMUNICATION (M.SC.)  
UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL**
- 1989 BACCALAURÉAT EN COMMUNICATION PUBLIQUE (B.A.)  
UNIVERSITÉ LAVAL**

## PERFECTIONNEMENT

- 2010 MICHELLE BLANC, CONSULTANTE - Montréal, QC**
- Les medias sociaux et le Web 2.0 (sessions de formation privées)
- 2006 HARVARD BUSINESS SCHOOL - Boston, MA**
- Strategic Negotiation
- 2002 - 2004 BABSON EXECUTIVE PROGRAM - Boston, MA**
- Leadership & Influence
  - Category Management
- 2004 ÉCOLE PARLIMAGE - Montréal**
- Faire face au public & aux médias