



Chef de projet digital || Pilotage Web, SaaS, Multimédia

2026
B
R
E
T
E
R

www.nguykaren-digitalstudio.com



Pourquoi ?

Une marque qui brûle d'une flamme claire et sincère ne s'éteint jamais : elle éclaire, rassemble et inspire. **Derrière la froideur de chaque écran, mon rôle est de transformer cette étincelle en un cœur battant.** En optimisant chaque étape du funnel marketing à l'écoute des besoins humains, j'active depuis 5 ans des récits de marques avec stratégie, méthode, créativité et sens du business ... Le tout avec une furieuse envie d'aller encore plus loin pour innover avec audace.



hello

NGUY Karen



Une passionnée de nouvelles technologies et de multimédias

C'est autour d'un ordinateur familial que tout a commencé. Je créais mon premier site à 10 ans pour connecter une guilde de joueurs. Depuis, cette fascination ne m'a jamais quittée : je vois la tech comme un formidable moteur d'expériences pour réunir les individus.

Curieuse du monde et des évolutions qui le façonnent, j'aime explorer comment les marques, les nouvelles technologies et l'innovation collaborent pour proposer de nouvelles solutions. Ensemble, elles transforment nos parcours, répondent à de nouveaux besoins, tissent des récits inspirants, nourrissent nos rêves pour finalement ... enrichir notre quotidien.

Un parcours en production

Bachelor Chef de projets Digital - spécialité e-marketing
(Ecole Supérieure du Digital)

J'ai découvert ce qui se cachait derrière ce mot si vaste "digital", et j'ai appris à maîtriser un large éventail d'outils pour concevoir et déployer des solutions numériques de A à Z en maîtrisant toute la chaîne de valeur : de son cadrage stratégique (recherche, analyse) à sa conception (UX/UI, Design), jusqu'à son intégration technique (développement web/no-code) et sa promotion (Webmarketing, Motion Design).

La Fraise - Première mission : lancement de produit & crowdfunding

Team Lewis - Cap sur l'agence : gestion multi-projets, clients Tech B2B & Masterclass en marketing digital

Matrice - Explorer demain : Innovation, Complexité & Acculturation IA

Extracadabra - Cap sur le Produit Saas : immersion au cœur de l'agilité

Vous ?

ET... EN STRATÉGIE

Master Stratégie de marque & Planning stratégique
(Ecole Supérieure de la Publicité)

Après avoir exploré les différents rôles d'un projet en production, j'ai voulu maîtriser le sens : le "pourquoi" derrière les intentions stratégiques. en analysant au mieux la société et les individus à la recherche de signaux faibles pour renforcer les positions et mieux répondre aux attentes. Grâce à ce double bagage, je m'assure que la vision de la marque se traduit fidèlement sur l'ensemble de stratégie numérique, sans déperdition.

Des formations qui m'ont servi en temps réel (voir mon CV)



De la stratégie à la delivery

Expériences

Matrice

Livre blanc

IAG & Brand Content

Produit IA

Brainder : Le cerveau des
marques

Webflow - Digital Studio

Extracadabra

Web/App

UX/UI

Eastern State Penitentiary

Digital Village

MIJE

Seeds

Product Owner

AirBnB

Multimédias

Campagne paid

Duralex

Cheerz

Video Mapping

Diginight

Recommandation

Nous Anti Gaspi

01.

BILAN, D'EXPÉRIENCES

LA VIE EST UNE ÉCOLE.
CHAQUE EXPÉRIENCE UNE
LEÇON, CHAQUE RELATION
UN ENSEIGNANT



Alternance (2022-24) - Chef de projet Digital

Matrice Association

Centre d'innovation technologique et sociale créé en 2016. Il conçoit des projets complexes et des programmes ambitieux sur des enjeux prospectifs (IA, futur du travail) en croisant recherche, entrepreneuriat et formation.

Missions

- **Pilotage transverse de l'écosystème numérique** (Web, Contenus, Acquisition)
- **Interface Experts / Grand Public** : Traduire la complexité technique (IA, Deeptech) en contenus digitaux accessibles et engageants
- **Alignement** : Coordination des parties-prenantes (Chercheurs, Entrepreneurs à impact, Artisans, Artistes)

Outils principaux

Gestion de projet (Notion), CMS (Wordpress), Créations (Canva), Stratégie SEO, Analyse de données (Analytics)

Chiffres clés

(Impact sur l'écosystème & Engagement)

15

Projets complexes alignés
(Harmonisation de la vision)

+30%

Croissance Organique
(sur une cible experte et niche)

180+

Bénéficiaires engagés
(dans les différents programmes)



Temps forts

2022

Event - Nuit Blanche : Atelier Barillet

Documentaire vidéo

2023

Refonte de marque

Déploiement de la nouvelle identité de marque sur l'ensemble de l'écosystème.

2022 - 2024

Pilotage de l'Acquisition (Growth)

Campagnes de recrutement pour programmes Cube & Impulser

350

candidatures traitées

160

startups accompagnées

11

promotions lancées





Livre blanc (mémoire) - Master (2024)

IA Générative : Le défi de la singularité

Analyse approfondie de l'impact de l'IA Générative sur les écosystèmes de marque. Étude des risques de standardisation des modèles (Model Collapse) et proposition de méthodologies pour hybrider créativité humaine et puissance algorithmique

Missions

- Discovery : Veille tech & analyse des usages.
- Enquête : Entretiens qualitatifs
- Vulgarisation : Rédaction d'un guide stratégique

Certifications

Google AI Essentials & Google Prompting (2024)

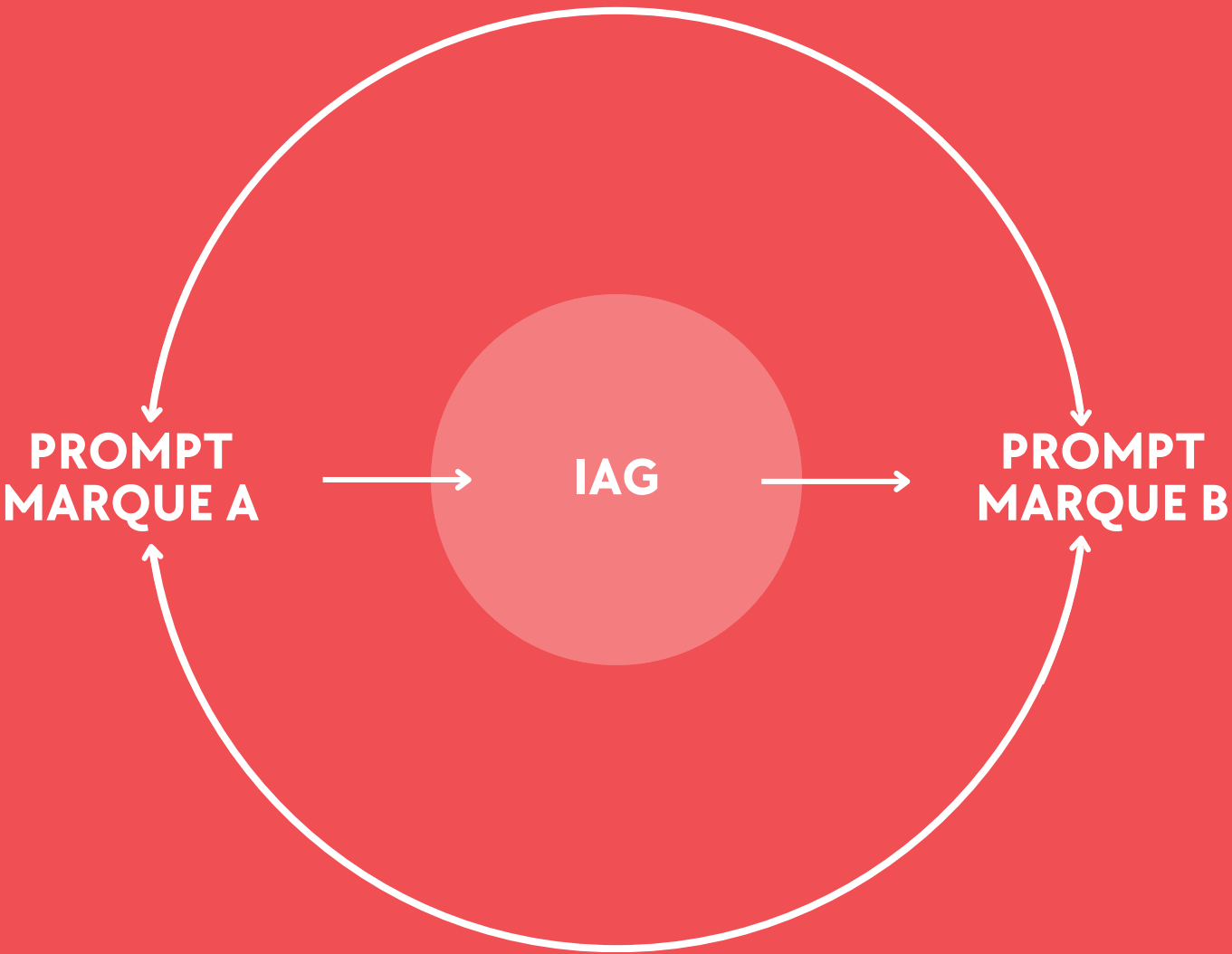


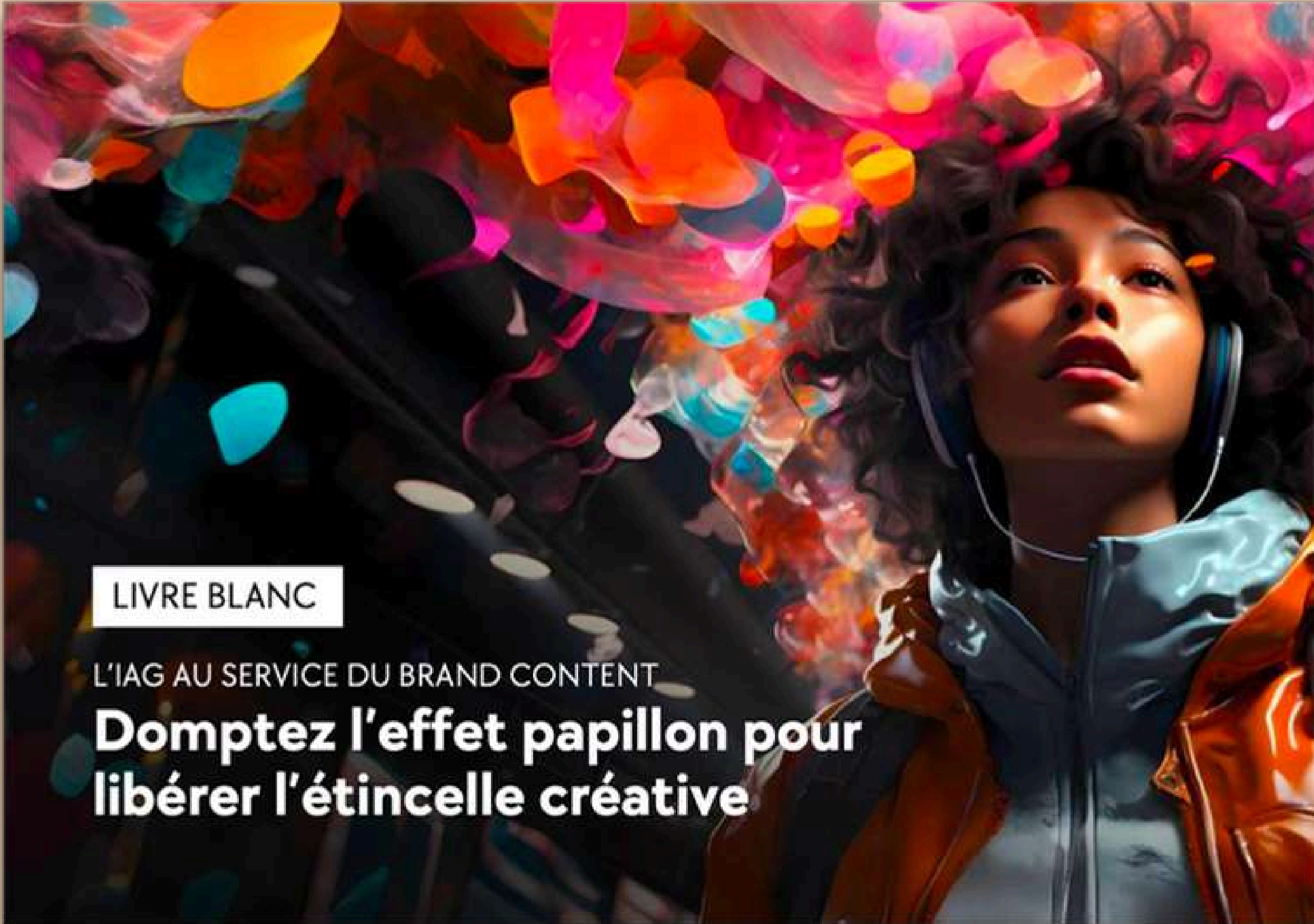
Bluffée ... Bravo pour ce Livre Blanc, qui sait prendre de la hauteur par rapport à ce sujet très actuel, qui pourrait être déjà galvaudé et qui est traité de façon pertinente !!!

Catherine Guérin, Consultante en marketing & communication

Très très pertinent : l'approche, l'édito et le sujet (bravo !)

Justhian Mbumba, Créatif et stratège à Brainsonic





LIVRE BLANC

L'IAG AU SERVICE DU BRAND CONTENT

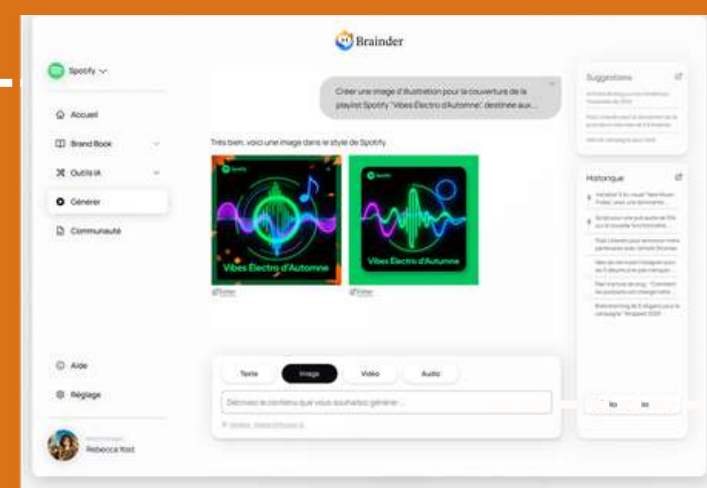
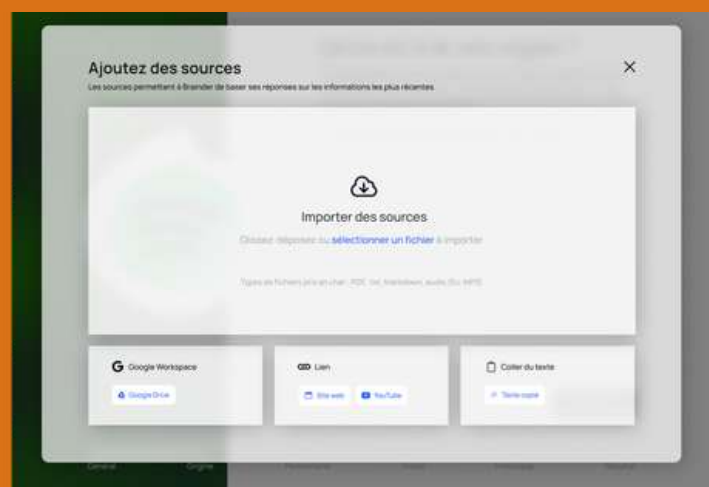
Domptez l'effet papillon pour libérer l'étincelle créative

DESIGN

Le IAG chez
nées dans le
edjourney et
s textuelles.
nt d'adapter

élève encore
la propriété
achine ? Le
es récentes
des suites
nouveaux défis

d
égion et
forme les
designs
nely et
en temps
d'attente
d'attente



Prototypage SaaS & Innovation - Finaliste Chatons d'Or (2025)

Brainder : L'Orchestrateur de Marque (RAG)

Face à la standardisation des modèles (Model Collapse) due à leur usage massif et à la fragmentation des outils marketing, j'ai conçu une architecture SaaS visant à contrer la dilution des identités de marque

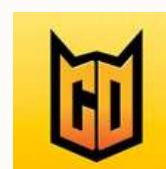
Le défi : Comment préserver la singularité des marques face aux algorithmes ?

Missions

Discovery & Product Design : Cadrage du problème et définition du concept. Scénarisation de l'expérience utilisateur et prototypage haute-fidélité (workflows, userflows, arborescence)

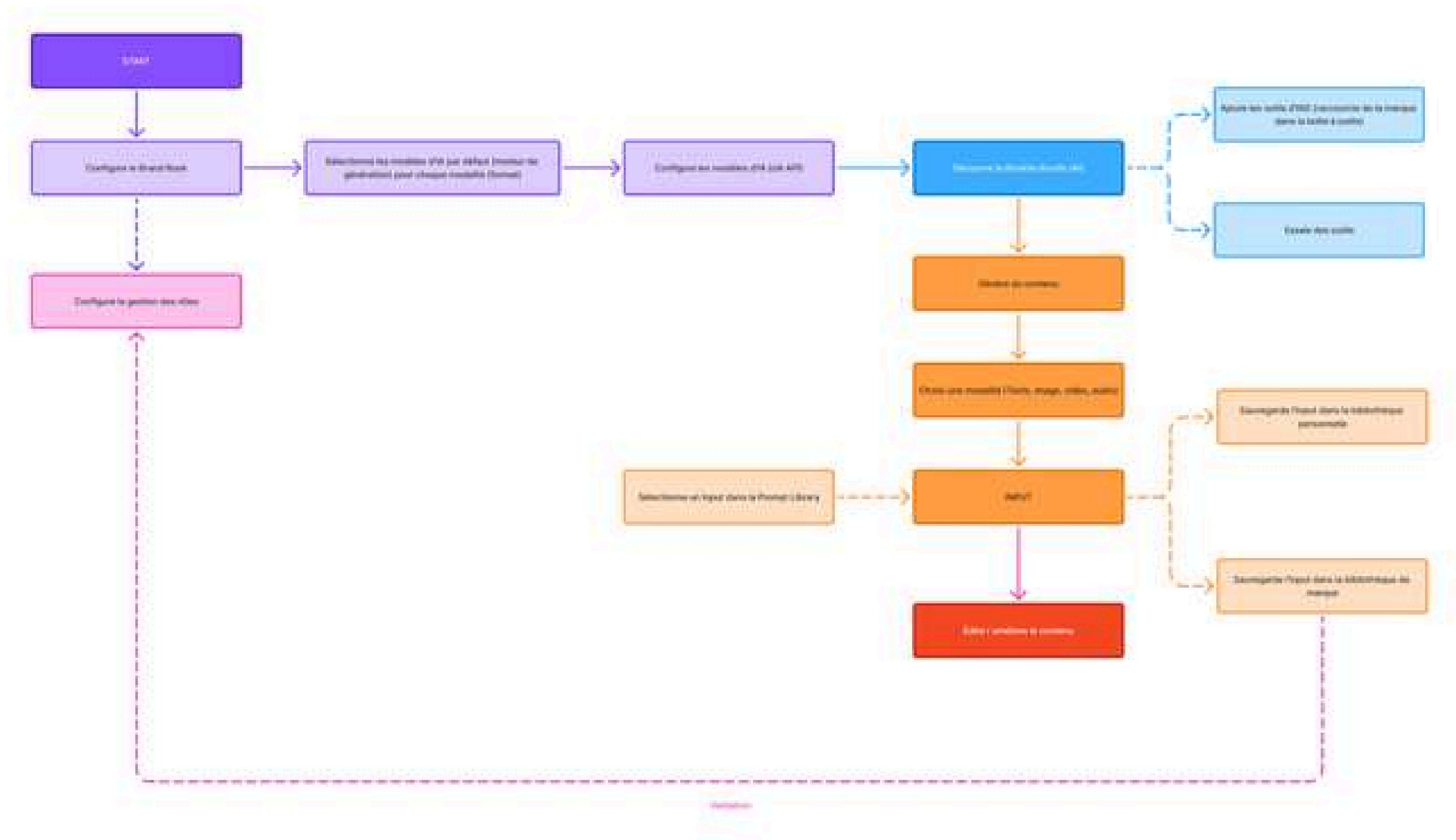
Solution

Brainder centralise les composants de la marque (Base de données) et les injecte dynamiquement via API pour former une couche d'orchestration pour forcer l'IA à respecter la charte



Finaliste, sélectionné parmi 300 projets (Catégorie Nouveaux Usages Numériques) par le jury expert des Chatons d'Or, le festival tremplin de l'avenir de la création

#TASKFLOW : PARCOURS GÉNÉRAL

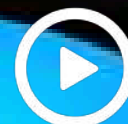




Brainder

L'IA qui pense comme votre marque

Commencer





L'art de transformer un parcours en un actif pérenne. (2025)

Digital Studio : Ma Plateforme de Marque

J'ai voulu dépasser le format du portfolio académique pour créer un outil durable, capable de soutenir aussi bien une recherche d'emploi qu'un projet freelance ou entrepreneurial, aujourd'hui comme demain

Le Défi : Comment concevoir un parcours utilisateur unique capable de convertir deux audiences aux besoins divergents (RH vs Partenaires business) ?

Missions

- **Product Owner & Designer** : Définition de la roadmap, du concept et de l'architecture de l'infos
- **UX Writing** : Rédaction stratégique pour aligner le message avec mes valeurs et mon positionnement

Solution

- **Traduction de l'expertise** (Tech + Brand) en proposition de valeur
- **Narrative Flow** : Architecture pensée pour transformer un CV en une réelle histoire
- **Identité forte** : Création d'un univers visuel propriétaire et différenciant



Qui suis-je ?

Réalisations

KAREN

Services

Pricing



Un projet qui brûle d'une flamme claire
et sincère ne s'éteint jamais : il éclaire,
rassemble et inspire

Produit & Activation digitale

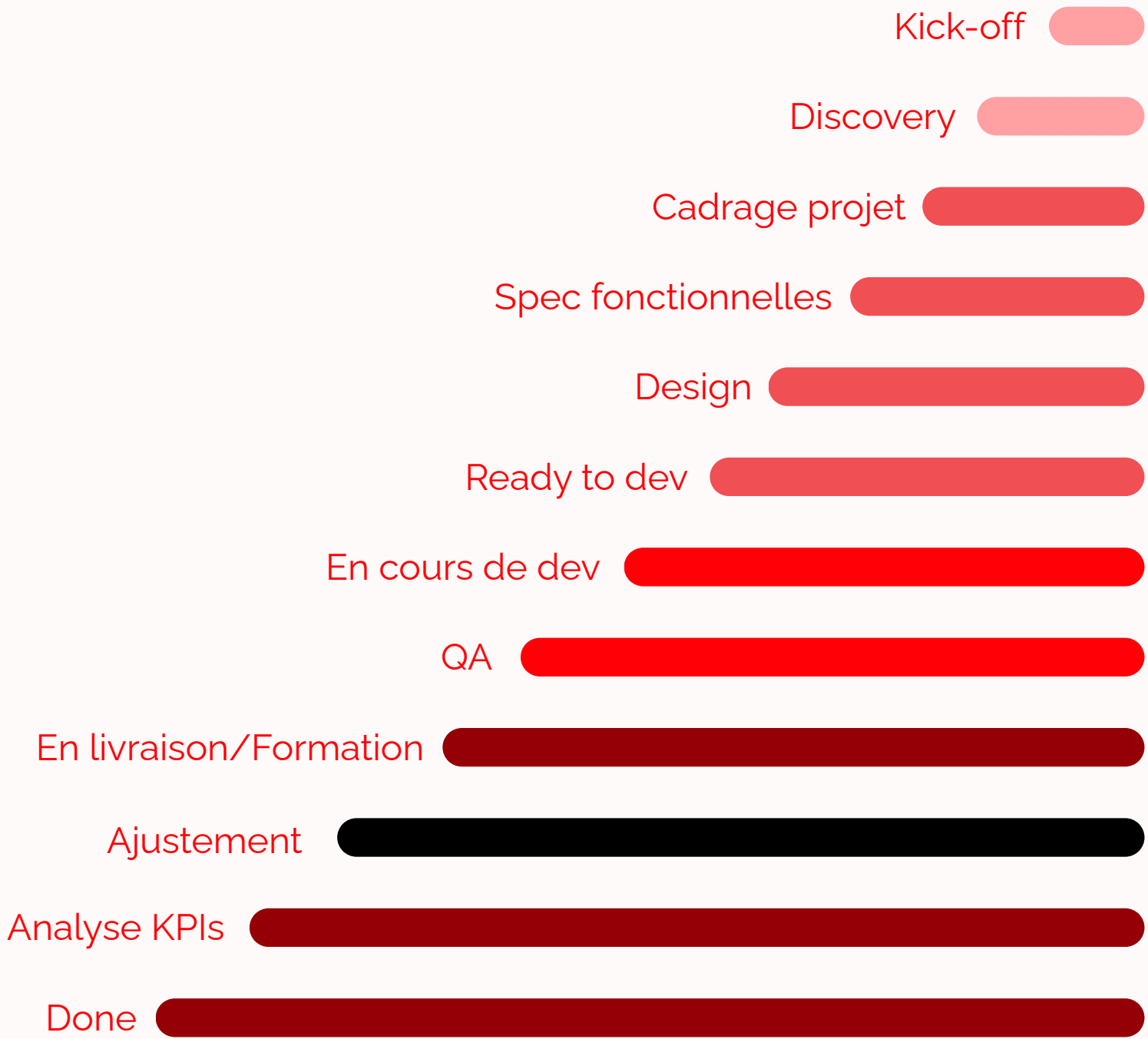
Donnons vie à votre projet





Immersion produit (2026)

Extracadabra



Après plusieurs années en marketing digital, j'ai réalisé cette immersion chez Extracadabra (SaaS) pour valider mon pivot vers le Product Ownership : passer de la création de désir à la résolution de problèmes concrets et à la structuration technique.

Le Défi : Passer de l'ambiguïté du marketing à la rigueur opérationnelle d'un backlog SaaS

Missions

- **Agilité & Priorisation** : Rituels Scrum (Sprints Planning, Daily, PBR, Retro) et initiation à la méthode de priorisation RICE.
- **Specs Fonctionnelles** : Rédaction de tickets et spécifications complexes (ex : Template Candidature) pour traduire le métier aux développeurs
- **Discovery** : Observation de phases de Kick-off et définition de KPIs sur le projet de "Recommandation candidat"

Apprentissages

- **Interface Tech/Business** : Rôle de pivot pour fluidifier les échanges entre les Sales, le CSM et la Tech
- **Workflow Delivery** : Maîtrise du cycle de vie produit, du cadrage initial jusqu'à l'analyse post-livraison

02.

WEB/APP DELIVERY

IL FAUT TOUJOURS VISER LA LUNE,
CAR EN CAS D'ÉCHEC ON FINIT DANS
LES ÉTOILES.



Proposition d'offre - Freelance (2025)

Digital village

L'Happy Hour est un moment de partage, pas d'attente passive. J'ai imaginé une passerelle invisible entre le digital et le comptoir : une expérience où le jeu s'invite dans la dégustation. L'objectif était de briser la glace par l'interactivité, transformant chaque minute d'attente en un frisson collectif où la technologie se met, littéralement, au service de la convivialité.

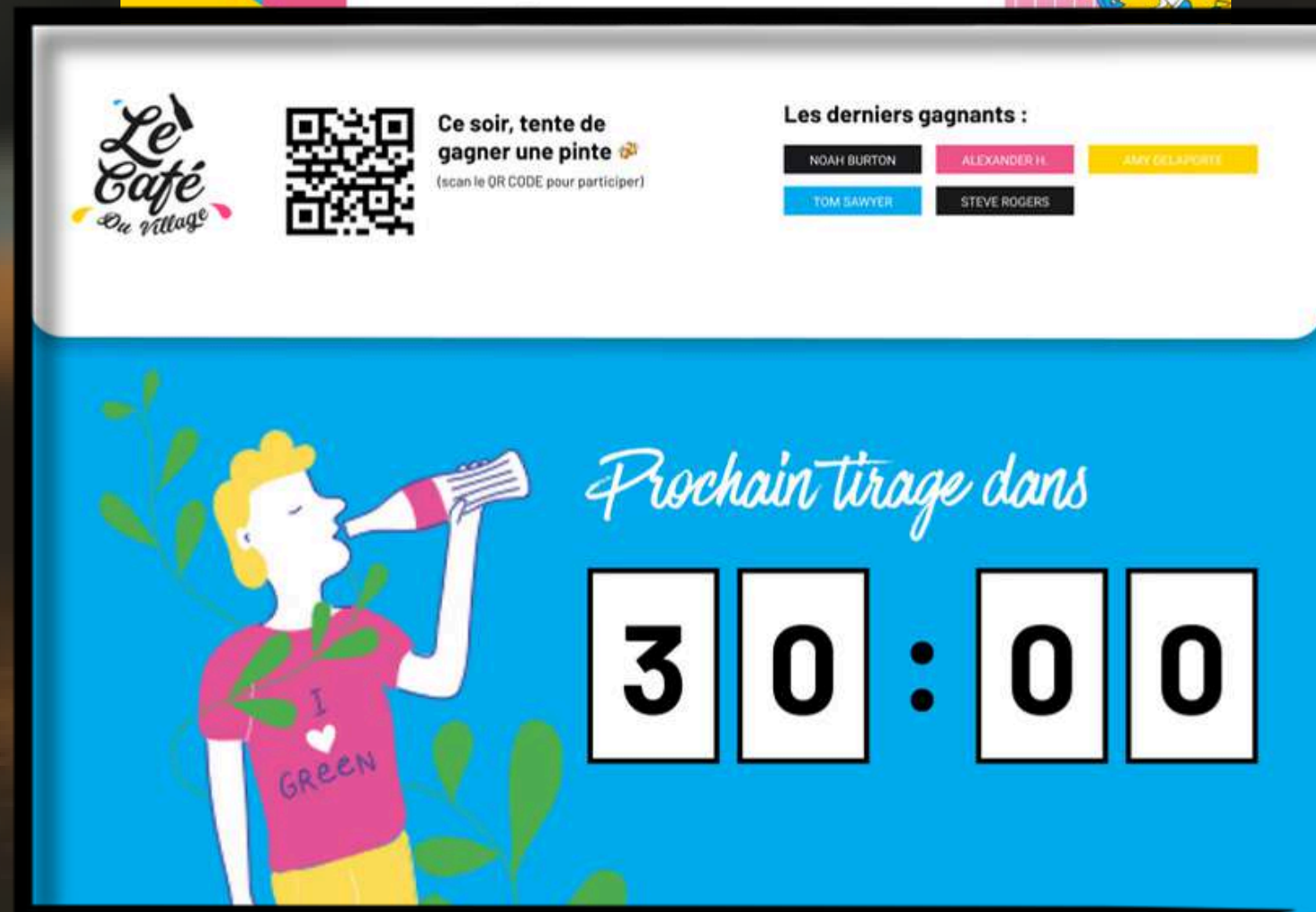
Missions

Recherche - UX & UI Design (Wireframe & Maquette)

Concept

Rendre la happy hour plus interactive et engageante

En tant que client, j'aimerais gagner une bière gratuite





Étude de cas - Escape Game (2021)

Eastern State Penitentiary

Ancienne prison emblématique, l'Eastern State Penitentiary est aujourd'hui un musée en ruine. Le lieu nous a confié la création d'une expérience pour relancer sa fréquentation et améliorer son ROI

Défi : Comment transformer une visite historique en un parcours interactif "phygital" qui soit à la fois éducatif et mémorable ?

Missions

- **Stratégie UX** : Recherche, architecture (zoning, wireframing) et prototypage Adobe XD.
- **Conception** : Séquençage narratif, mécaniques de jeu et direction artistique.
- **Gestion** d'une équipe de 4 personnes

Concept

« **Le Phygital au service du récit** » : immersion narrative fusionnant décor réel et interactions digitales

Fonctionnalités

- **Histoires intégrées** : 80 % des énigmes sont basées sur les légendes de la prison
- **Adaptabilité** : une expérience conçue pour être captivante, mais ni trop effrayante, afin de convenir à un large public
- **Mise en scène immersive** : Utilisation du téléphone (appareil photo et flash) pour résoudre des énigmes







Étude de cas - UX Research (2021)

MIJE association

Post-confinement : l'association MIJE doit transformer son image d'agence de voyages éducatifs en un partenaire de vie numérique pour les enseignants afin de restaurer le lien de confiance.

Défi : Comment transformer la simple prestation de voyage ponctuelle en un écosystème numérique fédérateur avec un engagement continu ?

« Souvent seul en classe, mais quand on se retrouve autour d'anecdotes sur nos élèves : ces récits en commun nous font bien rire »

Missions

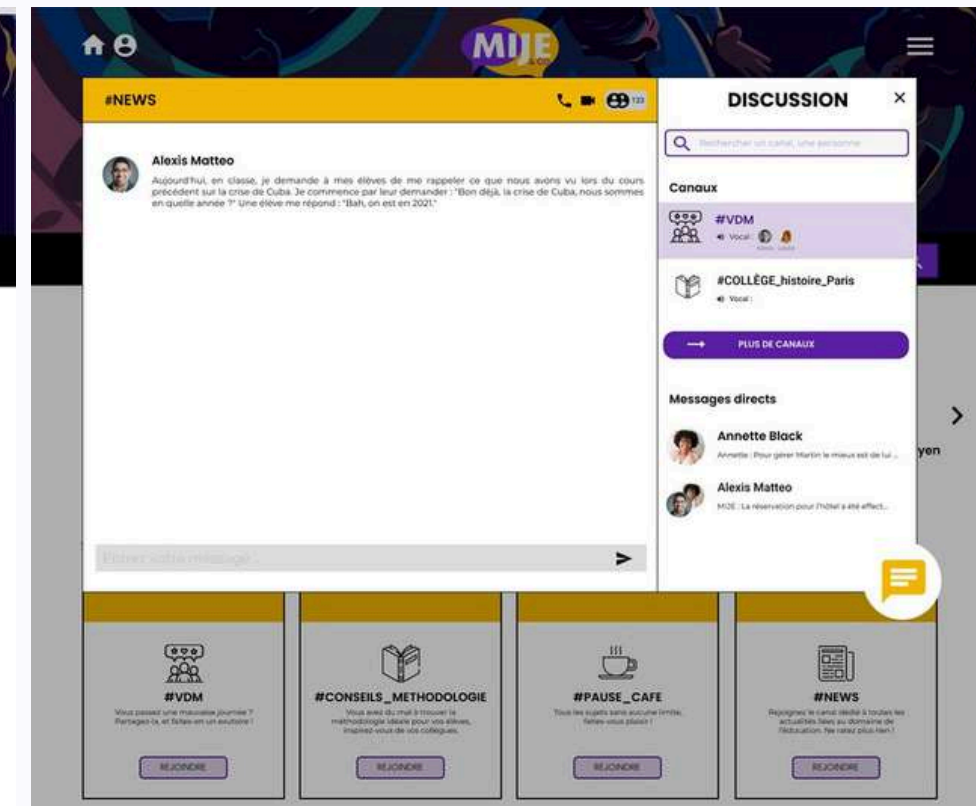
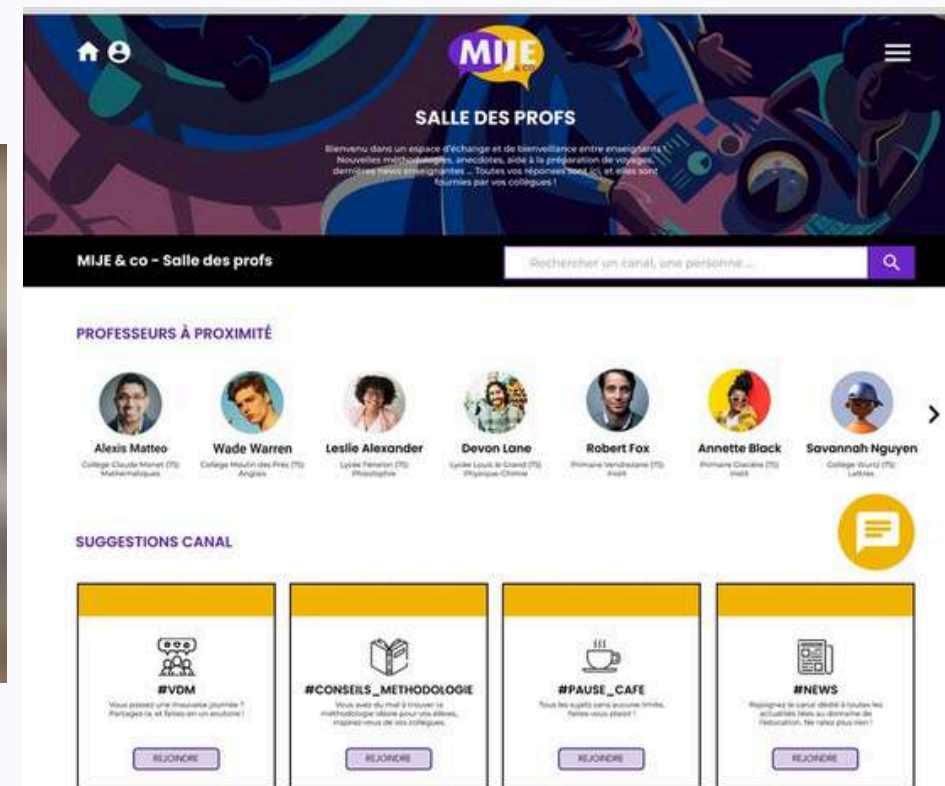
Gestion d'une équipe de 7 Personnes
User Research & UI Design : Enquête (50 répondants)
et 8 entretiens qualitatifs pour extraire des insights

Concept

« Échangez vos classes le temps d'un voyage » :
Fédérer les professeurs autour d'un projet immersif de
partage de pratiques pédagogiques.

Fonctionnalités

- **Matching** : Mise en relation pour faciliter l'organisation de l'échange.
- **Forum** : Partage de récits et de ressources pour rompre l'isolement.





ORGANISER UN VOYAGE

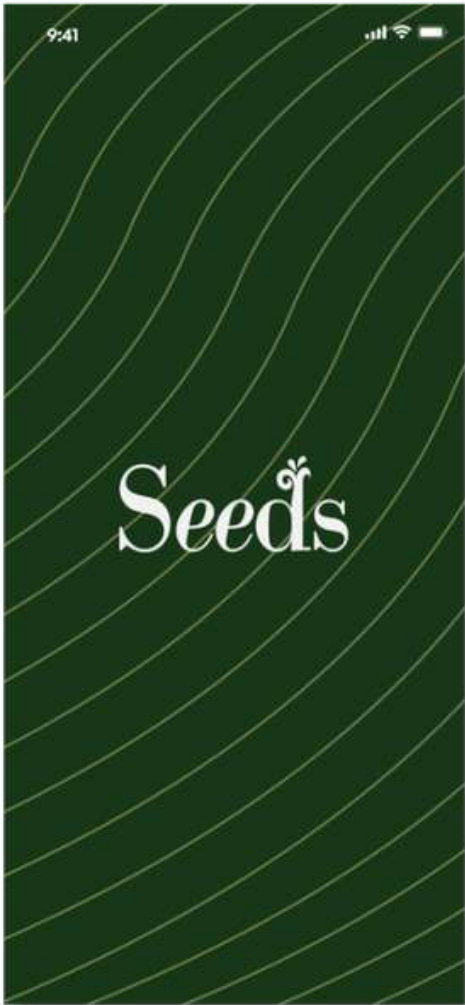
PARTICIPER À UN ÉCHANGE

SALLE DES PROFS



Votre destination





Étude de cas — E-commerce (2022)

Seeds : L'oasis de verdure

Lancement d'un e-shop de plantes durables alliant design haut de gamme et accessibilité

Défi : Comment créer une identité de marque forte et une expérience e-shop immersive qui lève les freins à l'achat de plantes en ligne ?

Difficile de se projeter : j'ai peur que la plante ne s'intègre pas à mon intérieur ou qu'elle soit trop encombrante

Missions

- **Branding & UI** : Création de l'identité visuelle complète et design haute-fidélité du shop
- **Innovation** : Conception d'une extension mobile intégrant la réalité augmentée au parcours d'achat.

Concept

L'oasis de verdure : faciliter la projection utilisateur grâce à la technologie

Fonctionnalités

- **Visualisation AR** : Projection de la plante en temps réel dans son environnement via smartphone
- **Tunnel d'achat** : Parcours utilisateur optimisé pour la conversion, de la découverte au panier

Accueil / Tous les produits / Plantes d'intérieur / Palmier Aréca Dypsis

Palmier Aréca Dypsis

PLANTE D'INTÉRIEUR

Une des plantes au plus fort pouvoir purifiant !
En créant une atmosphère tropicale et une sensation de fraîcheur, le palmier areca (Dypsis lutescens) purifie l'air ambiant. Il capture les polluants et les transforme en oxygène dans son superbe panier en jute. Faites entrer les tropiques chez vous avec la Dypsis !

45€

- 1 +

AJOUTER AU PANIER



Changer le pot

Seeds



AirBnB - Étude de cas, spec fonctionnelle (2026)

Le Paiement Partagé

Les réservations groupées obligent un seul utilisateur à avancer les frais, créant un frein financier et un risque de non-remboursement. J'ai conçu le Split Payment sur AirBnB pour automatiser et sécuriser les paiements entre voyageurs.

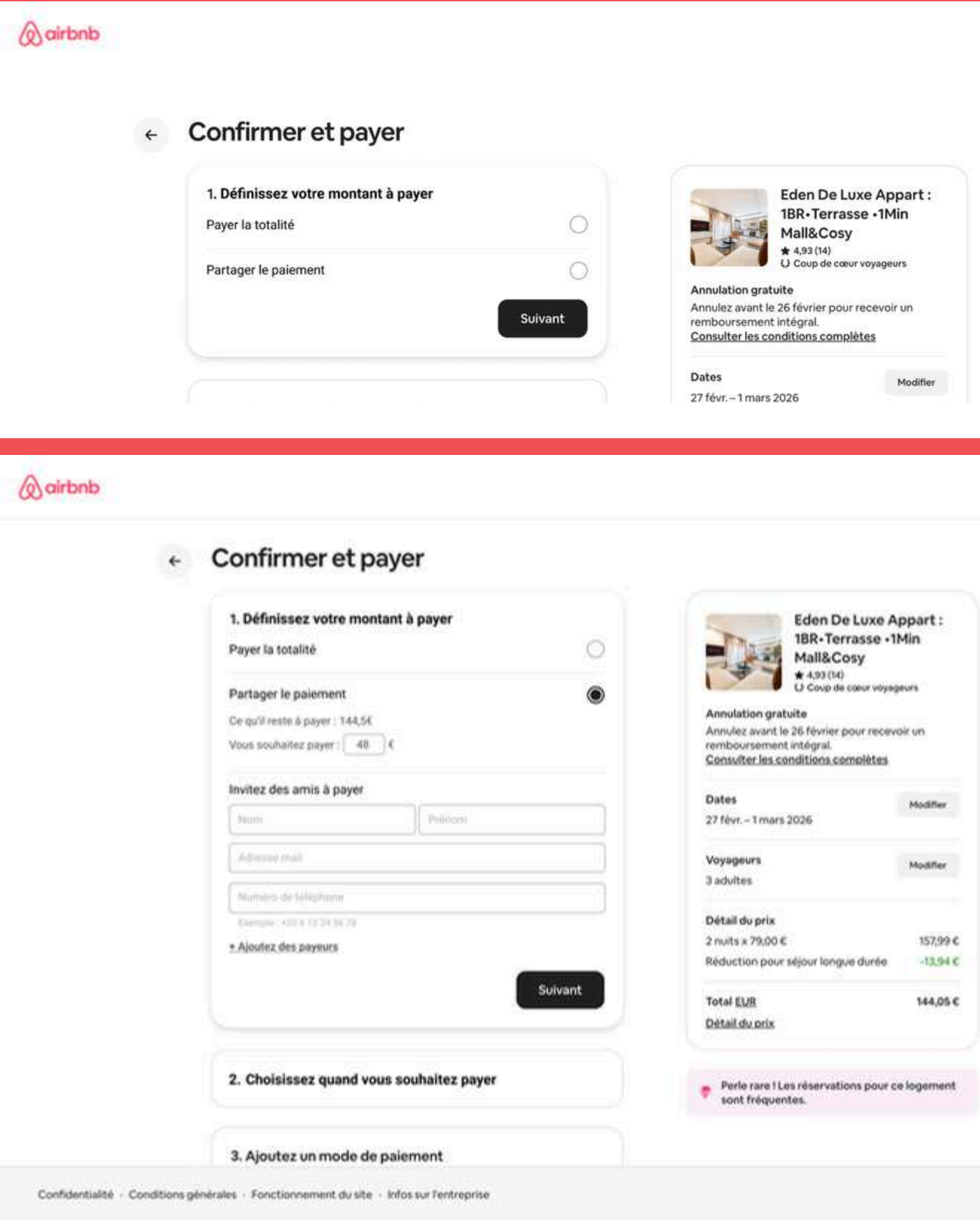
Défi : Comment répartir les paiements entre plusieurs participants tout en gérant délais, annulations et risques ?

Missions

- Définition des règles d'éligibilité et du cycle de paiement
- Rédaction des spécifications fonctionnelles et des flux
- Anticipation des scénarios d'échec et critères de QA

Fonctionnalités

- Lien de paiement sécurisé pour chaque invité
- Calcul du solde restant en temps réel
- Relances automatiques et annulation sous 48h si incomplet



03.

MULTIMÉDIAS DELIVERY

JE N'AI PAS DE RÊVES,
J'AI UN AGENDA.



Étude de cas - Paid Media & Acquisition (2023)

Duralex

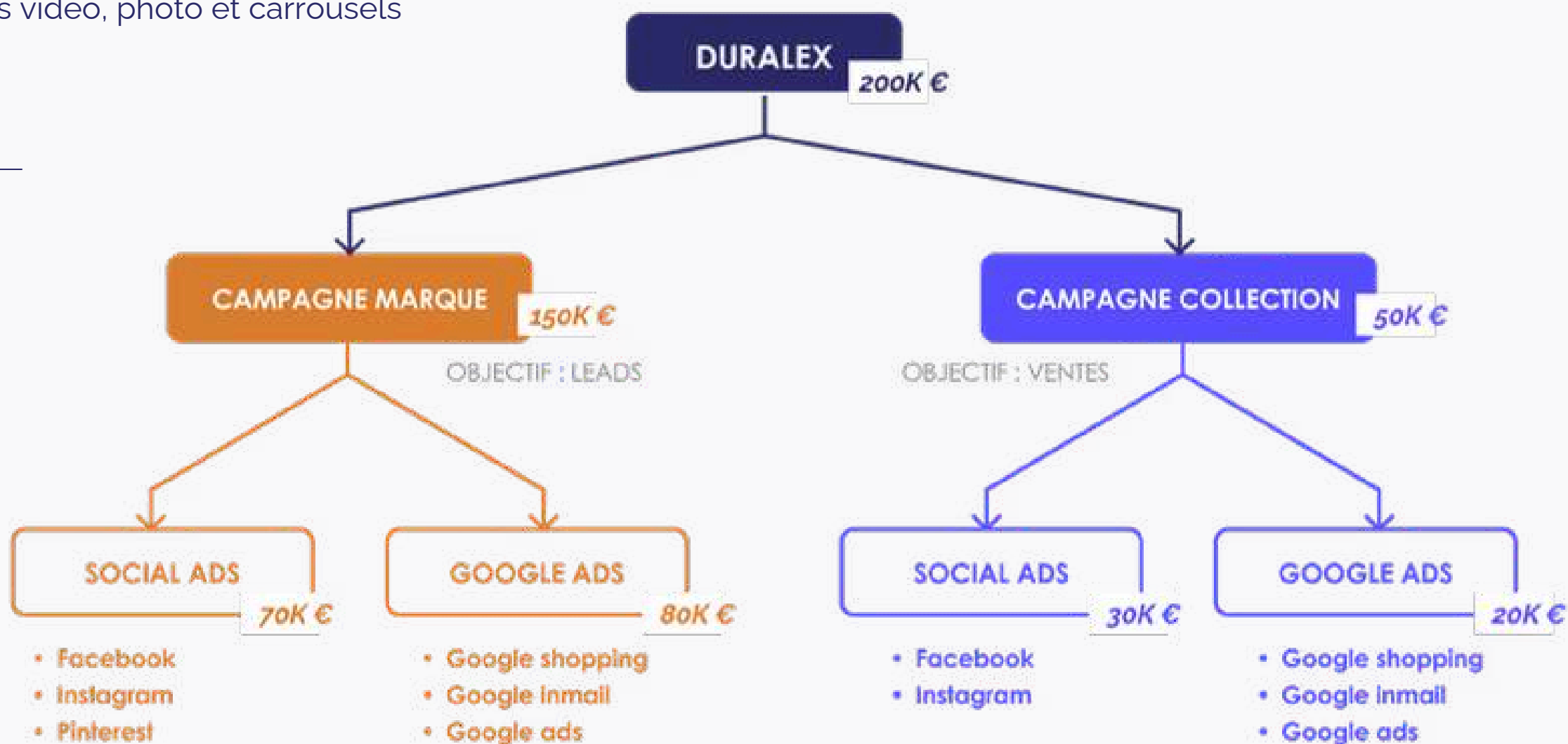
Relance stratégique d'une marque française iconique suite à son rachat. Objectif : moderniser l'image et booster les ventes (Collection Santorini) via le levier Paid Media.

Rôle

- **Coordination** : Pilotage d'une équipe de 4 experts sur la réflexion et l'organisation de la campagne
- **Création** : Conception des visuels vidéo, photo et carrousels optimisés pour la conversion
- **Répartition budgétaire**

Résultats

- **Structure ROIste** : Campagne segmentée par objectifs pour maximiser la rentabilité des investissements



DURALEX®



LE VERRE DE TOUS LES ÂGES

En savoir plus



1,534 Likes

Duralex - Des verres pour tous, pour tous les jours et pour toujours ! Ne passez pas à côté d'une vaisselle transmise de génération en génération.



POUR TOUS,
POUR TOUS LES
JOURS ET POUR
TOUJOURS



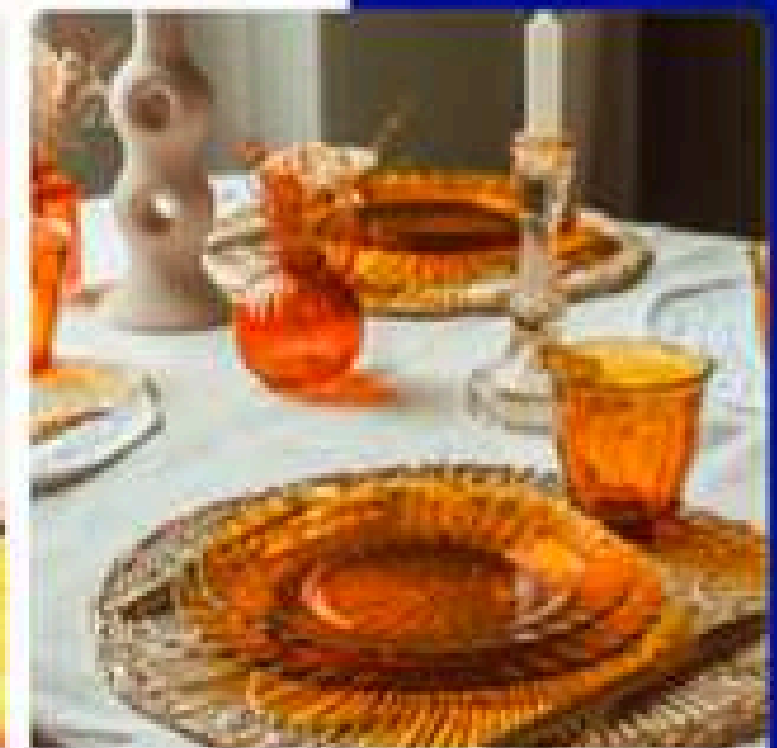
Duralex
Sponsored · ②

Transparent ou coloré, design ou traditionnel, petite ou grande capacité, vous trouverez toujours le verre Duralex qui vous accompagnera à tous les moments.



[duralex.com](https://www.duralex.com)
Des verres résistants

Voir plus



[duralex.com](https://www.duralex.com)
Une vaisselle pour tous

Voir plus

100

2 Comments 5 Shares

Like

Comment

Share



Recommandation agence (2025) - Paid Media

Cheerz

Dans le cadre d'un appel d'offre pour Cheerz via l'agence DataShake Studio, j'ai conçu une campagne publicitaire. Objectif : booster les ventes de la Cheerz Box pendant les vacances d'été auprès des jeunes parents.

Défi : Maximiser la production d'une campagne paid avec l'IA pour booster les ventes de Cheerz Box auprès des parents de jeunes enfants

Missions

- Stratégie créative : Déterminer un concept de campagne qui convertisse la cible
- Création : Matérialiser l'idée en produisant des visuels générés par IA

Insight

90% des individus ne se souviennent de rien avant leurs 3 ans, et les souvenirs d'enfance deviennent vagues

Axe créatif retenu : "La Cheerz Box, une capsule de mémoire"

Une campagne solaire, complice et joyeusement foutraque, comme un été en famille. Les parents deviennent reporters du quotidien : chaque photo devient un trésor à ressortir plus tard au dîner de famille !



Cheerz

CheerZ

Pour les histoires de demain.



Créer ma box d'été

CheerZ

Leurs bêtises, vos pépites.



Créer ma box d'été

Commander >

53,957 views

cheerzfr Chaque bêtise mérite sa photo. Chaque photo mérite sa box. Créez la vôtre.

[View all 18 comments](#)

CheerZ

Il l'oubliera. Vous, jamais.



Créer ma box d'été

Commander >

53,957 views

cheerzfr Chaque bêtise mérite sa photo. Chaque photo mérite sa box. Créez la vôtre.

[View all 18 comments](#)



Hackathon - Video Mapping (2021)

Diginight (ESD)

Participation à la DIGINIGHT, un hackathon créatif annuel au sein d'un collectif de plus de 20 personnes pour produire une œuvre immersive en temps record

Défi : Assurer l'unité artistique et technique d'une production immersive massive sous contraintes sanitaires (Covid) et deadline courte

Missions

- **Scénarisation** : Co-conception du récit visuel basé sur l'œuvre de Rimbaud.
- **DA & Création** : Réalisation d'univers graphiques hybrides (artisanat & digital).
- **Exécution Technique** : Pilotage de la régie et du mapping via MadMapper / Resolume.

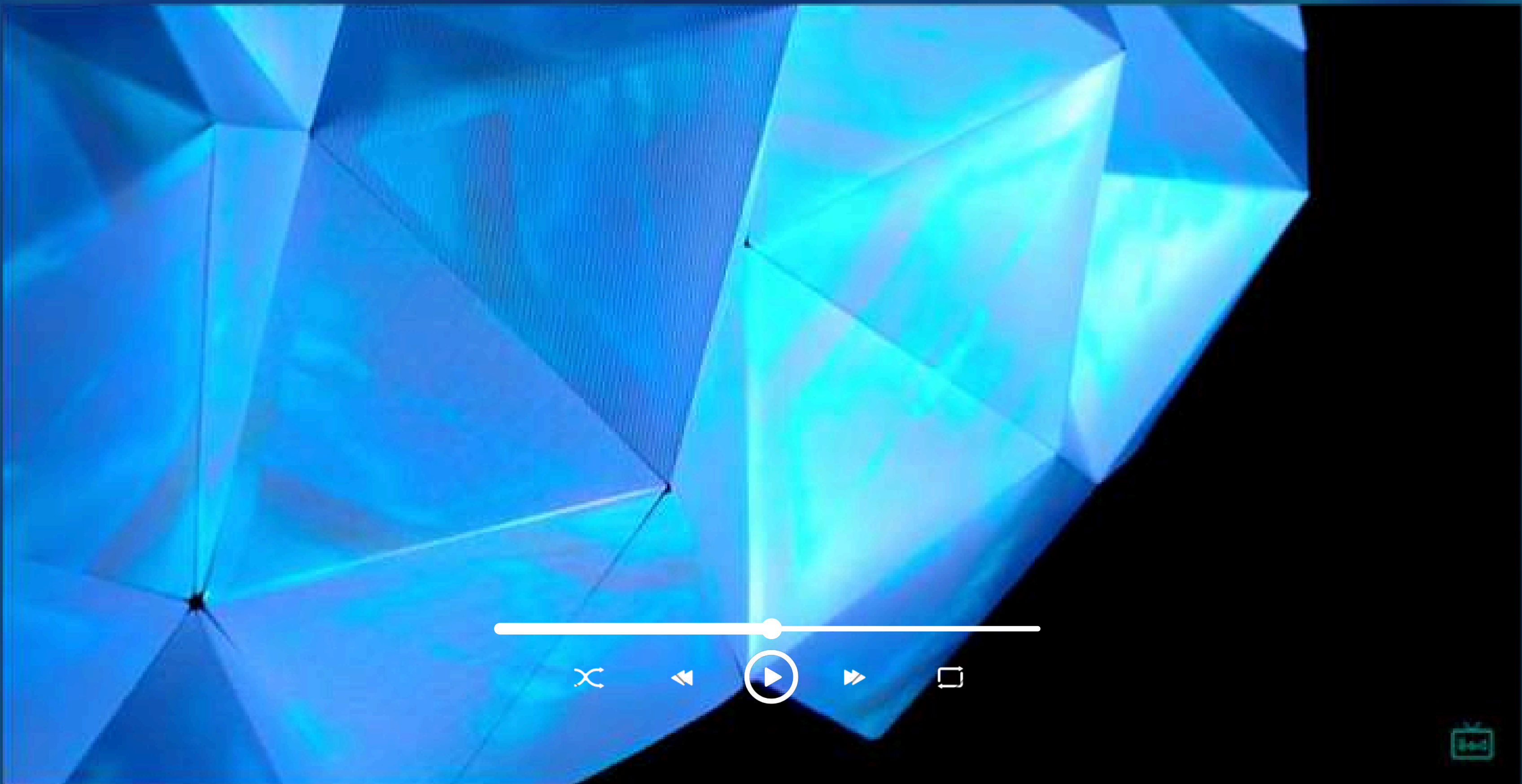
Concept

« **Le Bateau ivre** » : métaphore poétique de l'isolement lié au confinement et de la résilience collective

Résultat

- **Innovation** : Transformation d'une discipline immersive en expérience sensorielle vidéo pendant le Covid







Étude de cas - Recommandation (2023)

Nous anti gaspi

Recommandation stratégique pour accroître la notoriété de la marque et engager les consommateurs contre le gaspillage alimentaire.

Défi : Coordonner 8 profils pluridisciplinaires pour synthétiser une stratégie omnicanale complexe en une vidéo d'une minute à fort impact

Concept

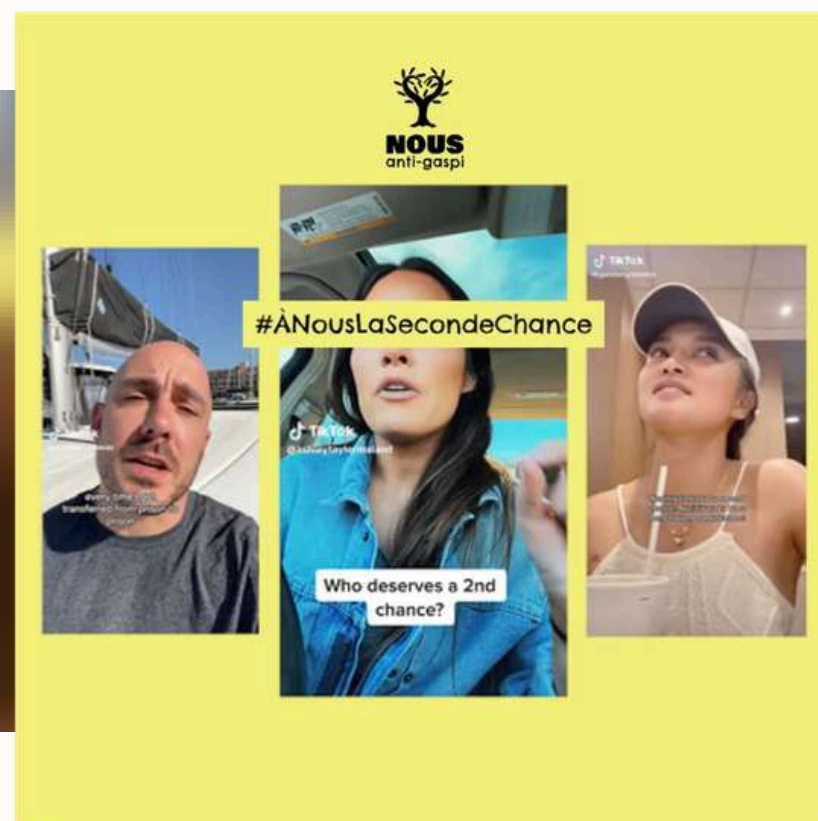
Tout le monde a le droit à une seconde chance
récit émotionnel valorisant les produits imparfaits.

Missions

- **Lead Coordination** : Pilotage de 8 experts (stratégie & création).
- **Stratégie** : Étude de marché et orchestration des activations.
- **Production** : Storyboarding et montage de la vidéo finale.

Activations clés

- **Livrable** : Synthèse vidéo d'un dispositif 360° (Street, Social, AR).
- **Management** : Synergie fluide entre pôles créatifs et stratégiques.



SECONDE CHANCE

pour les produits



04.

**ET ENCORE
PLEIN D'AUTRES PROJETS**

UN JOUR, ÇA VAUDRA LE COUP



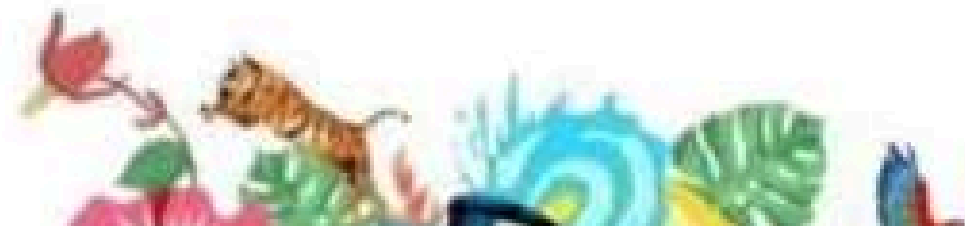
RETHINK



BOMBAY  SAPHIRE

Un gin,
une infinité de
possibilités.

Découvrir





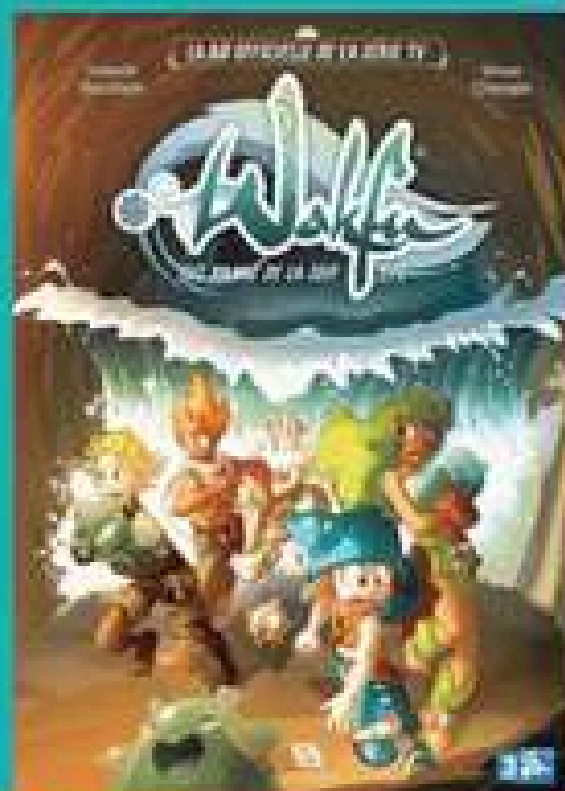
LA BOUTIQUE

NOS PRODUITS



WAKFU : Les Kamas de la nuit, Tome 1

12,00 €



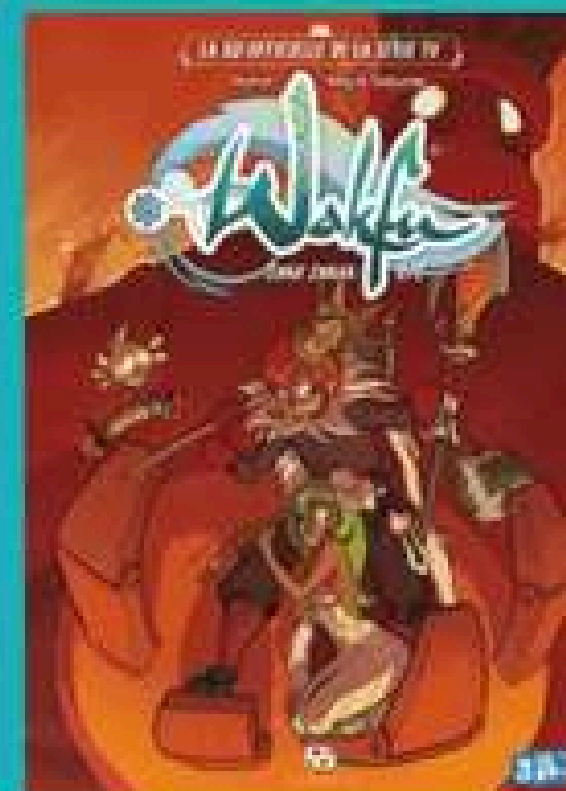
WAKFU : Les Kamas de la nuit, Tome 2

12,00 €



WAKFU : Shak Shaka, Tome 1

12,00 €



WAKFU : Shak Shaka, Tome 2

12,00 €

À VOUS, PARLEZ-MOI DE VOTRE PROJET



TÉLÉPHONE :

+33 6 51 72 45 88

E-MAIL :

nguyk.ren@gmail.com

WEBSITE :

nguykaren-digitalstudio.com

LINKEDIN :

NGUY Karen



RIEN NE COMMENCE TANT QUE TU NE COMMENCES PAS..