

PHIL RUTTENS

CMO à temps partagé / Consultant · Direction de transition et accompagnement commercial B2B

Anvers, Belgique | pruttens@gmail.com | +32 478 916 192 | linkedin.com/in/ruttens | ruttens.com/fr/cmo

PROFIL

J'interviens auprès d'organisations B2B qui ont besoin d'une direction marketing et commerciale expérimentée pour une mission définie. Je clarifie le positionnement et les priorités, structure la génération de demande et le RevOps, puis transmets à l'équipe un dispositif de croissance piloté par le pipeline.

RÉSULTATS CLÉS

• Budget et P&L marketing de plus de 6 M£ chez Tyk

• Croissance trimestrielle de plus de 20 % des MQL/SQL chez Tyk

• Plus de 8 M€ de pipeline suivis dans plus de cinq organisations

• Mise sur le marché accélérée d'environ 40 % grâce aux workflows IA

EXPERTISES

Direction à temps partagé · Management de transition · Positionnement et go-to-market · Génération de demande · RevOps · CRM et tableaux de bord · Coaching d'équipes · Programmes multi-pays

EXPÉRIENCE

Directeur marketing et commercial de transition · RUTTENS+

Anvers · septembre 2016 – aujourd'hui

• Missions B2B de positionnement, génération de demande, RevOps, soutien aux ventes et reporting KPI.

• Programmes ICP, segmentation, parcours d'achat et ABM avec Salesforce et HubSpot ; plus de 8 M€ de pipeline suivis dans plus de cinq organisations.

• Gains d'efficacité de 2 à 3 fois en 9 à 12 mois.

• Missions choisies : EREA (sélection d'agence) ; AYA Energy (programme GTM de 13 semaines) ; cleverbridge (sélection martech et programme ABM) ; Wayfina (client actuel).

Chief Marketing Officer · Tyk (Cloud / SaaS)

Londres, à distance · février 2022 – août 2025

• Responsabilité d'un budget et P&L marketing de plus de 6 M£ ; mise en place d'un cadre de KPI et de tableaux de bord reliant les activités au pipeline.

• Croissance trimestrielle de plus de 20 % des MQL/SQL et développement de l'équipe de 10 à 20 personnes.

• Workflows IA pour le contenu, le scoring et les campagnes : mise sur le marché accélérée d'environ 40 %.

Senior Manager Marketing & Communication BeLux · Accenture

Bruxelles · novembre 2011 – septembre 2016

• Direction de la fonction marketing BeLux pour les groupes sectoriels et quatre plateformes de croissance ; campagnes multicanales, budgets et mesure du retour sur investissement.

Responsable génération de demande et marketing digital Europe · Iron Mountain

Bruxelles / Londres · mars 2010 – octobre 2011

• Pilotage d'un programme de génération de demande fondé sur les données dans 19 pays, incluant SEO, SEA, e-mail, télémarketing et déploiement du marketing automation.

PARCOURS ANTÉRIEUR

• The House of Marketing (équipe de direction)

• Cap Gemini Ernst & Young

• Mondex MasterCard (market intelligence)

• Accenture / Andersen (competitive intelligence EMEA)

• World Courier / AmerisourceBergen (génération de demande pharmaceutique dans plus de dix pays)

• cleverbridge (ABM et génération de demande).

FORMATION ET LANGUES

• MSc International Marketing, University of Strathclyde, Glasgow

• BSc/MSc économie et informatique de gestion, Université de Namur

• Français : langue maternelle

• Néerlandais : professionnel

• Anglais : courant professionnel