

MINISTÈRE DES ARMÉES

FICHE DE POSTE

Catégorie professionnelle

Catégorie A : fonctionnaire ou agent sous contrat

Intitulé du poste

Chargé de Marketing et Études Publics individuels (B2C) / Adhésion

Famille professionnelle

Culture

Emploi-Type	% de rattachement à l'emploi	Niveau du poste	Marquant de gestion de l'employeur
Chargé du développement des publics et de l'action culturelle	100 %	3	Encadrement intermédiaire - Expertise

Programme	BOP (CF)	Actions – sous action (DF)	Article d'exécution
PASHORMIN	HORS BOP	PASHORMIN	PASHORMIN

Code poste ALLIANCE	Code poste CREDO
Sans objet	Sans objet

Localisation du poste

Administrative	Géographique
<p>Armée, direction ou service : Musée national de la Marine (établissement public administratif placé sous tutelle du ministère des armées)</p> <p>Etablissement d'emploi : Musée national de la Marine – Palais de Chaillot – 17 place du Trocadéro – 75016 Paris</p>	<p>Musée national de la Marine – Palais de Chaillot – 17 place du Trocadéro – 75016 Paris</p>

Titulaire du poste

Nom	Création	
Prénom		QR code
Grade		

Description du poste

Date de création de la FDP	16 décembre 2022
----------------------------	------------------

Description synthétique

1 - Contexte

Établissement public administratif (EPA) relevant du ministère des Armées, le musée national de la Marine est labellisé musée de France et implanté sur 6 lieux distincts du territoire national (à Paris au Palais de Chaillot, dans les ports de Brest, Port-Louis, Rochefort, Toulon et à Dugny pour son centre de conservation et de ressources).

À la fois musée d'art et d'histoire, de sciences et de techniques, d'aventure humaine et de tradition populaire, il a pour mission de présenter l'histoire du patrimoine maritime grâce à ses collections permanentes héritées des arsenaux et de la salle de la Marine du Louvre, ainsi que par l'organisation d'expositions temporaires.

Un large projet de transformation et de rénovation est en cours, dont l'ambition est de construire le grand musée maritime français du 21^e siècle, afin de transmettre au grand public la conscience des enjeux de la mer d'hier, d'aujourd'hui et de demain, à travers une nouvelle valorisation de ses collections.

2 - Finalités

Le département Marketing et Publics est en charge d'accueillir, d'étudier et de développer les publics du musée dans un objectif de hausse de la fréquentation et des ressources propres. Il est le point de rencontre entre le musée et ses publics. Il définit la politique générale des publics en lien avec les autres départements. Il pilote par ailleurs les missions commerciales du musée, qu'elles soient gérées en interne ou déléguées.

Placé sous l'autorité du chef du service Marketing et Études, le chargé de Marketing et Études Publics Individuels (B2C) / Adhésion a pour mission de piloter le programme d'adhésion, d'animer les communautés (abonnés Newsletter, adhérents) et de conduire les campagnes de marketing digital et d'influence. Il évalue les opérations conduites (analyses statistiques et financières) et reste force de proposition dans la mise en œuvre du plan marketing opérationnel.

Il intègre une équipe comprenant à terme 7 agents.

Champ managérial du poste :

Effectif encadré par l'agent	Niveau 1	0	Niveau 2	0	Niveau 3	0
------------------------------	----------	---	----------	---	----------	---

Activités attachées au poste :

Principales	Annexes
Développement des publics individuels (B2C) / Adhésion : <ul style="list-style-type: none">Pilotage du plan de promotion et newslettersDéveloppement de partenariatsAnalyses statistiques et financièresPilotage des budgets dédiés	Veille sur l'engagement et la fidélisation des publics
Pilotage du programme d'adhésion	Pilotage du cycle de vie client et animation de la communauté
Appui au chef du service Marketing et Études	Accompagnement aux études liées à la phase de rénovation et contribution aux travaux sur le modèle économique

Régime indemnitaire du poste		Spécificités du poste
Groupe du poste	Indemnités spécifiques	Quotité du temps de travail : présence occasionnelle en soirée dans le cadre d'événement Télétravail : 2 jours par semaine
Sans objet	Sans objet	

Profil professionnel

Compétences mises en œuvre dans le cadre du poste :

Codes de référence	Intitulé	Niveau			
		S	A	M	E
	SAVOIR-FAIRE				
	Organisation et analyse d'études statistiques ou de publics				X
	Définition et mise en œuvre de stratégies de développement des publics et du réseau des partenaires				X
	Compétences en matière de conception d'outils de promotion et de diffusion				X
	Définition et mise en œuvre d'actions contribuant à la valorisation des collections et à l'accroissement de la notoriété de l'établissement				X
	Capacité de négociation				X
	Gestion du volet administratif et financier de l'activité				X
	Compétences rédactionnelles				X
	Esprit d'analyse et de synthèse				
	Maîtrise des outils bureautiques				X
	Maîtrise de logiciels de billetterie, réservation, CRM				X
	SAVOIR ETRE				
	Sens des relations et des interactions humaines				X
	Capacité à travailler en équipe				X
	Sociabilité et aisance relationnelle				X
	Sens de la diplomatie				X
	Autonomie et esprit d'initiative				X
	Curiosité intellectuelle et adaptabilité				X
	Sens de l'organisation et de priorisation				X

S : sensibilisation / A : application / M : maîtrise / E : expertise

Informations complémentaires

(A compléter en cas de vacance de poste)

Date de la vacance du poste	01/02/2023	Durée d'affectation souhaitable	3 ans
-----------------------------	------------	---------------------------------	-------

Expérience professionnelle souhaitée

Profil sénior en marketing digital (3 à 5 ans d'expérience professionnelle).
Expérience réussie dans des fonctions similaires, de préférence, dans le domaine culturel.
Un plus : connaissance de l'outil SécuTix 360° (SI Vente Billetterie Boutique et GRC)

Formations associées à la prise de poste

Bac +5 Ecole de commerce ou diplôme universitaire dans le secteur culturel.
Compétences solides en marketing digital.

Perspectives métiers

N/A

Informations pratiques

Régime hebdomadaire de 38 H avec 18 jours de RTT dont 9 fixés par l'employeur.
Salle de déjeuner et de repos à disposition des agents sur le lieu de travail.
Possibilité de restauration collective à xxx

Contacts

	Supérieur hiérarchique direct	Gestionnaire RH
Nom	Véronique PAINTRAND	Anne du DOUËT de GRAVILLE
Fonction	Cheffe de département	Responsable des ressources humaines
Tel	01.53.65.81.28	01.53.65.81.28
Adresse internet	v.paintrand@musee-marine.fr	recrutement@musee-marine.fr

(*) Si le poste est susceptible d'être vacant, indiquer « non encore connue »