

Chargé(e) de développement – Vacation 5 mois

Fonction

Chargé(e) de développement

Service

Service du Développement et des Etudes

Lieu

Musée de l'Armée
129 rue de Grenelle
75007 Paris

Description de L'employeur

Parmi les musées parisiens les plus fréquentés, avec plus de 1,2 million de visiteurs en moyenne ces cinq dernières années, le musée de l'Armée propose au public de découvrir l'Hôtel des Invalides et son célèbre Dôme, qui abrite le tombeau de Napoléon Ier et de parcourir l'histoire de France à travers ses collections. L'établissement, créé en 1905, conserve l'une des collections d'histoire militaire les plus riches au monde avec près de 500 000 pièces, de l'âge du bronze au XXI^e siècle. Visites guidées et ateliers pédagogiques, expositions temporaires, conférences et colloques, cinéma, animations, concerts et événements sont organisés durant toute l'année.

La direction du développement et des publics (DDP) est en charge d'accueillir et de connaître les publics du Musée, de fidéliser et de conquérir de nouveaux segments de visiteurs, de diversifier l'offre culturelle et de médiation, de développer les activités commerciales, le tout dans un objectif de développement de la fréquentation et des ressources propres, mais aussi de diversification des publics.

Description des missions

Sous la responsabilité de la cheffe du Département Marketing et Ventes, le chargé / la chargée de développement travaille en lien étroit avec l'ensemble de la direction.

BtoB : Développement commercial : en collaboration avec le Département Billetterie et Régie de Recettes

- Recenser les partenaires commerciaux actuels et passé du musée de l'Armée et quantifier leur poids (nombre de billets achetés, chiffre d'affaires généré, fidélité)
- Identifier et constituer un portefeuille de prospects et clients en vue de leur prospection prochaine
- Mettre à jour les informations du musée de l'Armée présent sur leurs sites internet le cas échéant
- Définir les grands principes d'animation et de fidélisation de ce portefeuille partenaires stratégiques (revendeurs, CE/CSE et autres plateformes dédiées) en proposant un plan d'action de marketing direct au moyen d'emails BtoB et de calendrier détaillé
- Définir la nature d'information nécessaire à la prospection des professionnels
- Préparer un gabarit d'informations à leur proposer
- Réaliser un état des lieux des points de contacts entre les professionnels et le musée de l'armée, puis proposer une optimisation/restructuration des procédures existantes
- Assurer le suivi de la réalisation des outils / documents de promotion.

BtoC

- Mise à jour et coordination du discours commercial online et in situ : mise à jour des pages existantes, transmission de l'information à l'équipe de billetterie, transmission d'information aux partenaires...

Grille tarifaire

- Recenser les tarifs en vigueur au Musée pour les individuels, les groupes et les professionnels, établir un document de formalisation de la grille tarifaire actuelle, réaliser un travail de benchmarking en vue de la refonte de la grille tarifaire

Profil

Formation supérieure (Bac + 5) type master en marketing, gestion de projet culturels, communication ou école de commerce.

La parfaite maîtrise de l'orthographe est indispensable.

Durée et dates souhaitées

La mission sera menée à partir du mois de mai ou de juin pour une durée de 5 mois.

Modalités de candidature

Envoyez votre lettre de motivation et votre curriculum vitae par courriel, à

laure.papon-pommier@musee-armee.fr