



▪ **Fonction**

Chef du service du développement (H/F)

▪ **Lieu**

Musée de l'Armée  
Hôtel national des Invalides  
129 rue de Grenelle  
75007 Paris

▪ **Description de l'employeur**

Etablissement public administratif (EPA) sous tutelle du ministère des Armées, le musée de l'Armée conserve l'une des collections d'histoire militaire les plus riches du monde avec près de 500.000 pièces, de l'âge du bronze au XXI<sup>e</sup> siècle. Musée d'histoire, de société et de sciences et techniques, il est installé au cœur d'un des monuments les plus emblématiques de la capitale, l'Hôtel national des Invalides, propose un parcours chronologique et thématique et conduit une politique culturelle riche et diversifiée qui attire chaque année un public nombreux – 1,2 million de visiteurs en 2018 dont 70% d'étrangers – ce qui le classe au 6<sup>ème</sup> rang des musées français les plus fréquentés.

Dix ans après l'achèvement du plan de rénovation, le musée prépare l'extension du parcours permanent aux questions de la colonisation et de la décolonisation ainsi qu'à l'histoire militaire postérieure à la Seconde Guerre mondiale et fait évoluer son organisation pour être mieux en mesure de répondre aux enjeux auxquels il doit faire face. Dans ce cadre, une direction du développement et des publics est créée. Elle est en charge d'accueillir, étudier et élargir les publics du Musée, de développer l'offre culturelle et de médiation, de développer les activités commerciales, le tout dans un objectif de hausse de la fréquentation et de développement des ressources propres.

Au sein de la direction du développement et des publics, le service du développement est en charge de l'étude des publics, de l'analyse financière et statistique de la fréquentation et des ventes, de la conception et mise en œuvre de la stratégie commerciale et marketing, des activités de location d'espaces et du suivi des délégations.

▪ **Description du poste**

Placé sous l'autorité du directeur du développement et des publics, le chef du service du développement a pour mission de diriger l'activité de son service. Ces activités recouvrent la connaissance et l'évaluation des publics, les analyses financières et statistiques relatives à la fréquentation et aux ventes, les actions de développement des publics, d'élaboration et de promotion des offres, la gestion des locations d'espaces intérieurs et extérieurs, le pilotage des activités déléguées (boutique, restaurant).

Les missions du chef du service du développement recouvrent l'élaboration des offres, la conception de la stratégie commerciale et marketing multicanale, la supervision de sa mise en œuvre opérationnelle (partenariats, participation aux forums et salons, actions de promotion, lettres d'information, etc.) et son évaluation, la définition de la politique tarifaire et de fidélisation. Il est responsable de la stratégie et des outils de gestion de la relation client. Il gère des missions commerciales et coordonne l'activité des prestataires. Il mène l'étude des publics,

l'analyse financière, les statistiques de la fréquentation et des ventes et mesure la satisfaction des visiteurs.

Le chef du service du développement travaille en collaboration avec le service communication et le service mécénat, rattachés au Directeur ainsi qu'avec le service de l'accueil et de la médiation et la direction de la conservation.

Le chef du service du développement supervise la mission connaissance des publics et deux départements (marketing et administration des ventes, location d'espaces). Il supervise par ailleurs les prestataires et délégataires. Il élabore et pilote le budget de son service, qui comptera à terme 8 permanents.

#### Missions principales :

- Définit la stratégie de son service et pilote l'activité des départements placés sous sa responsabilité (objectifs, feuille de route, indicateurs, évaluation des résultats, encadrement des équipes) ;
- Au titre de la connaissance des publics, mène les études, analyse et synthétise, détecte le potentiel des publics, détermine les cibles de prospection, restitue les résultats et émet des recommandations ;
- Mène l'analyse financière et statistique de la fréquentation et des ventes et exerce une veille concurrentielle sur le secteur ;
- Propose la stratégie marketing et le plan d'action commercial et marketing multicanal (marketing direct, salons, presse spécialisée, web, partenariats, eductours ...) ;
- Coordonne et supervise la mise en œuvre du plan de prospection des clients et de promotion des offres (visites, expositions, saison musicale ...) dans le respect des budgets et évalue les résultats ;
- Coordonne le plan de commercialisation et de communication client en collaboration avec le service communication et la billetterie, est garant de la mise en ligne des offres de vente ;
- Elabore et propose des offres adaptées aux cibles, leur tarification, simulation financière et évalue les résultats ;
- Est responsable de la mise en place, de la gestion et de l'enrichissement de la base de données de contacts, dans le respect des normes RGPD ;
- Supervise la promotion et le développement des activités de location d'espaces ;
- Pilote les activités déléguées aux prestataires (boutique, restaurant) ;
- Elabore et pilote le budget de son service ;
- Participe au CODIR.

#### Missions annexes :

- Anime les équipes ;
- Met en place des indicateurs de mesure de satisfaction (NPS, taux de revisite ...) ;
- Prospection et fidélisation ;
- Pilote l'élaboration de l'agenda semestriel des manifestations ;
- Travaille en collaboration avec la direction de la conservation et le département de l'offre culturelle en charge de la production ;
- Travaille en collaboration notamment avec les services mécénat et accueil et médiation ;
- Evaluation de la satisfaction des clients ;
- Evaluation de la satisfaction des visiteurs.

## ▪ Profil

Bac + 5 : Diplôme universitaire de type Master 2 management des organisations culturelles et ou patrimoine ; Ecoles de commerce ; Sciences Po.

Expérience de réalisation d'étude de marché, études des publics et plan marketing ;

Expérience de mise en place d'actions marketing ;

Expérience indispensable de direction d'un service ;

Connaissance du secteur culturel ou des loisirs souhaitable.

Poste ouvert aux contractuels et aux fonctionnaires.

### Connaissances :

- Expertise en marketing des sites de visite ;
- Connaissance des caractéristiques et tendances des publics de musée ;
- Connaissance du contexte muséal national et plus particulièrement francilien ;
- Connaissance des acteurs de la culture et du tourisme ;
- Organisation et analyse d'études statistiques ou de publics ;
- Définition et mise en œuvre de stratégies de développement des publics et du réseau des partenaires ;
- Compétences en matière de conception d'outils de promotion, de diffusion et de vente ;
- Définition et mise en œuvre d'offres contribuant à la valorisation des collections et à l'accroissement de la notoriété de l'établissement ;
- Outils de CRM ;
- Expression écrite et orale en français et anglais ;
- Gestion du volet administratif et financier de l'activité ;
- Connaissance en locations d'espace et gestion des délégations.

### Savoir-faire :

- Encadrement et management d'équipes ;
- Conduite de projets ;
- Négociateur et convaincre ;
- Travail en transverse ;
- Réactivité ;
- Gestion des priorités ;
- Force de proposition ;
- Gout de de l'innovation l'amélioration continue.

### Savoir être :

- Savoir écouter, déléguer et organiser un travail collectif ;
- Sens des relations et des interactions humaines ;
- Sens de l'initiative ;
- Sens de l'organisation.

- **Modalités de candidature**

Envoyez votre lettre de motivation et votre curriculum vitae par courriel, à l'adresse suivante :  
laetitia.cheneau@musee-armee.fr

- **Contact**

Laëtitia CHENEAU, chef de la division des ressources humaines

Email : laetitia.cheneau@musee-armee.fr

Téléphone : 01 44 42 37 69