



▪ **Fonction**

Responsable communication numérique

▪ **Lieu**

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

▪ **Description de l'employeur**

Établissement 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 – ce qui le classe au 6<sup>e</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.

En 2020, le musée de l'Armée met en place une nouvelle organisation interne, notamment avec la création d'une direction des publics en charge d'accueillir, étudier et élargir les publics du Musée et développer les activités commerciales dans un objectif de hausse de la fréquentation et de développement des ressources propres.

▪ **Description du poste**

Au sein du service communication, ce poste est placé directement sous l'autorité du chef du service communication. Selon les orientations et les directives définies par la direction et le chef du service communication, le/la responsable numérique a pour missions principales le pilotage, la gestion, l'administration, l'animation et le développement de l'écosystème numérique (sites internet, blogs, réseaux sociaux) du musée de l'Armée, afin de valoriser l'image de l'établissement, de veiller à sa réputation, et de promouvoir sa notoriété sur les canaux numériques.

Pour cela, il/elle prend appui sur les compétences d'un/e social media manager qu'il/elle encadre, gère les prestataires techniques ou spécialisés (hébergement des sites internet...) et travaille en mode projet dans le cadre de comités éditoriaux numériques, en relation transversale constante avec les services du Musée concernés.

Il/elle rapporte directement au chef de service qui fixe ses objectifs et évalue ses résultats.

**Missions principales :**

Stratégie :

- Participation à la définition de la stratégie de communication numérique du Musée sur Internet et les réseaux sociaux ainsi que sur les plateformes internet d'e-réputation (Google, Tripadvisor...).

### Gestion de l'écosystème numérique du Musée :

- Gestion du suivi du développement technique et fonctionnel :
  - du site internet du Musée en français et dans les versions étrangères ;
  - du site internet de la saison musicale des Invalides ;
  - des blogs du Musée ;
  - des réseaux sociaux du Musée (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Weibo, Wechat) et de la saison musicale des Invalides (Facebook, Twitter), en lien avec le/la social media manager.
- Responsabilité de la qualité et de l'accessibilité :
  - veille à la disponibilité de la plateforme et signale les bugs des fonctionnalités des sites ;
  - coordonne avec les équipes techniques prestataires les améliorations à apporter aux sites ;
  - assure la formation interne des équipes aux réseaux sociaux et CMS des sites internet (Wordpress).

### Gestion de l'image des canaux numériques on-line :

- veille à la cohérence de l'image émise du Musée sur tous les canaux numériques, en lien avec la responsable de l'image et des éditions ;
- assure la gestion de la charte graphique de ces canaux ;
- met en place et veille au respect de la charte éditoriale de ces canaux.

### Production éditoriale :

- Animation des contenus éditoriaux numériques :
  - élabore la programmation et anime le calendrier éditorial des sites internet et réseaux sociaux via des comités éditoriaux numériques, en collaboration avec les personnels référents des services du Musée concernés et avec le soutien du/de la social media manager
  - planifie et met à jour les actualités, la homepage, les landings pages ;
  - prépare et intègre les contenus des sites internet et blogs du Musée ;
  - compile, recherche, produit ou suit la production de médias (son, images, vidéos...), retouche image, rédaction ou réécriture de texte si besoin ;
  - établit les plannings et respecte les délais ;
  - suit la mise en ligne des contenus : recettes des pages suite aux publications mensuelles.
- Textes et traductions :
  - rédige les briefs destinés aux référents-rédacteurs, relit les propositions et suit les validations ;
  - gère les traductions relatives aux contenus publiés sur le site internet du Musée en langue étrangère : coordination des phases de retranscriptions, traductions (glossaire par langue étrangère), gestion des prestataires externes.
- Archivage et droits :
  - gère l'archivage des contenus avec le service documentation (dont le dépôt légal BnF) ;
  - suit le fichier global des contenus et des cessions de droits pour les supports numériques ;
  - publie et met à jour les contenus.
- Veille concurrence, benchmark :
  - contribue au développement des partenariats créatifs ;
  - assure une veille numérique régulière autour des contenus, des dispositifs et technologies digitales.

### Participation à la communication de crise :

- Conseille et met en place toute communication visant à gérer une situation de crise sur les différents canaux numériques on-line.

### Évaluation des actions

- Effectue un reporting des actions de communication engagées dans l'objectif d'analyser l'impact marketing, en lien avec la direction des publics, et de suivre l'image du Musée sur les différents canaux numériques on-line (analyse d'images, de contenu...);
- Analyse les données et le trafic afin d'optimiser le référencement (naturel et/ou payant);
- Suit, en lien avec le/la social media manager, l'audience des différents supports de la communauté.

### Suivi administratif et budgétaire

- Suit les lignes budgétaires dédiées à son activité
- pour cela :
  - o Propose au chef de service les lignes budgétaires pour l'année suivante selon les objectifs du service et la programmation culturelle du musée;
  - o Respecte le montant du budget alloué par le musée, et le cas échéant, de la réserve appliquée;
  - o Veille à la mise en place des marchés publics, et au respect de leur cadre juridique, ou réalise une mise en concurrence sur devis, en fonction du niveau du budget;
  - o Suit la procédure de validation des devis, de l'engagement des bons de commande, et de signature des factures, en mettant à jour les tableaux budgétaires et en préparant des points mensuels avec le chef de service.

### ▪ **Profil**

De formation supérieure Bac +5 dans le domaine numérique ou culturel, le/la candidat(e) doit avoir une expérience de trois ans minimum en gestion de site internet et animation de réseaux sociaux au sein d'un musée ou d'une institution culturelle et si possible avoir déjà une première expérience d'encadrement.

Poste ouvert aux fonctionnaires et aux contractuels.

### ▪ **Durée de l'affectation souhaitée :**

Poste à temps complet basé à Paris (7<sup>e</sup>).

Variabilité des horaires en fonction des événements y compris le week-end, les jours fériés et en soirée.

Participation à des événements en dehors des heures d'ouverture au public.

### ▪ **Modalités de candidature**

Envoyez votre lettre de motivation et votre curriculum vitae par courriel, à l'adresse suivante : [charlotte.georges-picot@musee-armee.fr](mailto:charlotte.georges-picot@musee-armee.fr) et [laetitia.cheneau@musee-armee.fr](mailto:laetitia.cheneau@musee-armee.fr)

### ▪ **Contact**

Laëtitia CHENEAU, chef de la division des ressources humaines

Email : [laetitia.cheneau@musee-armee.fr](mailto:laetitia.cheneau@musee-armee.fr)

Téléphone : 01 44 42 37 69