



Musée de l'Armée

Hôtel national des Invalides

Offre d'emploi

2020

▪ **Fonction**

Chargé(e) de projet CRM et marketing relationnel

▪ **Lieu**

Hôtel national des Invalides - Musée de l'Armée

129 rue de Grenelle

75 007 Paris

▪ **Descriptif 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^e 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. Il 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 2019 dont 70% d'étrangers – ce qui le classe au 5^{ème} rang des musées parisiens 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 et d'étudier les publics du Musée, de fidéliser et conquérir de nouveaux segments de clientèle, de développer l'offre culturelle et de médiation et de développer les activités commerciales, le tout dans un objectif de hausse de la fréquentation et de développement des ressources propres.

▪ **Service**

Au sein du Service 'Développement' rattaché à la Direction du 'Développement et des Publics', vous rejoignez le Département 'Marketing et Vente' composé de 4 personnes. Vous participez au lancement et au déploiement d'un nouvel outil de CRM et au développement des campagnes de marketing relationnel avec pour objectifs d'aiguiser la connaissance clients et de fidéliser et conquérir de nouveaux segments de clientèle.

▪ **Description du poste - Missions principales**

Sous la responsabilité du Chef du Département 'Marketing et Vente', vous avez pour missions principales de :

- Participer à l'appel d'offres pour déployer un outil de CRM
- Piloter la base de données CRM et être garant du recrutement et de l'animation
- Elaborer les stratégies CRM et marketing relationnel
- Déployer les campagnes de marketing relationnel

▪ Détails du poste

Vous avez pour activités principales :

1/ IMPLEMENTATION ET GESTION D'UN NOUVEL OUTIL DE CRM

- Participer au lancement d'un nouvel outil de CRM (définition du contexte du marché, recherche de prestataires, rédaction du cahier des charges, appel d'offres...)
- Suivre l'administration fonctionnelle de l'application CRM, la gestion de son déploiement, de son suivi et de ses évolutions, la mise en place des projets d'évolution de la BDD
- Piloter l'agence prestataire, organiser et participer à des rendez-vous contractuels

2/ DEFINITION ET GESTION DES CAMPAGNES DE MARKETING RELATIONNEL

- Participer à la définition de la stratégie CRM et du plan d'actions annuel de marketing relationnel afin de segmenter les étapes du parcours client et les actions de conquête et de fidélisation du public
- Administrer la base de données en formulant des recommandations pour constituer, mettre à jour, qualifier, segmenter et enrichir la BDD en collaboration avec le/la chargé(e) de développement commercial, le/la chargé(e) de promotion grand public, la mission 'Communication' et la mission 'Mécénat', dans le respect de la RGPD
- Participer à l'évolution de la structuration de la BDD (gestion des droits, rubriques, libellés...) et à la bonne exécution des différents flux de données
- Définir le planning d'envois des emailings et le calendrier rédactionnel
- Produire le contenu des e-newsletters (textes, recherche iconographique) et mettre au format les e-newsletters B2B/B2C (thématiques : événements, saison musicale, actualités B2B...)
- Paramétrer les actions d'e-marketing (création/refonte de formulaires, ciblage, personnalisation, implémentation des tags de suivi)
- Mise en place d'A/B test
- Gérer le recettage et contrôler la qualité avant routage des emails
- Etre responsable de la bonne exécution et de la qualité des livrables relatifs aux actions de promotion dans le respect des process et de l'image de marque du musée
- Suivre la mise en place d'un programme de marketing relationnel multicanal (ex : campagnes d'emailings et de mailings, SMS, campagnes automatisées, réseaux sociaux, jeux-concours...) sur les cibles B2B et B2C
- Réaliser le bilan des campagnes avec l'ensemble des KPI de campagnes, analyser qualitativement et quantitativement le comportement des clients et proposer des actions correctives

3/ COLLABORATION AVEC L'EQUIPE DU DEPARTEMENT 'MARKETING ET VENTE'

- Assurer une veille sur les pratiques CRM et les tendances de la relation client pour partager les bonnes pratiques avec les autres membres de l'équipe
- Alimenter la roadmap marketing avec l'implémentation des actions de marketing relationnel

Liaisons fonctionnelles : Vous travaillez en mode transversal avec les équipes du Service 'Développement', avec le Service 'Accueil et de Médiation' et avec les missions 'Communication' et 'Numérique' pour générer et construire des idées conjointes en assurant une unité de communication et de messages.

▪ Profil

➤ Formation et expérience :

- De formation Bac +4/5 : Ecole de Commerce, Sciences Po ou équivalent universitaire avec une spécialisation en Marketing/Vente

- 3/4 ans d'expérience minimum (hors stages) sur des fonctions équivalentes avec des réalisations probantes en déploiement d'outils CRM
- Expérience en agence appréciée

- **Savoirs et compétences techniques :**
 - Maîtrise des attendus du CRM, des outils de gestion de la relation client et des techniques d'animation et de fidélisation de bases clients
 - Connaissance des logiciels de paramétrage des campagnes emailing
 - Connaissance des outils de tracking et des méthodes d'analyse des comportements clients par la Data et la GRC
 - Connaissance du secteur du tourisme et de la culture appréciée – Connaissance d'autres secteurs d'activité bienvenue (ex : FMCG, luxe...)
 - Culture d'une réflexion marketing orientée client
 - Bon niveau d'anglais (écrit/oral) : niveau C1

- **Savoir-faire :**
 - Sens de l'initiative pour la mise en place de nouveaux outils
 - Proactivité pour mener à bien les missions
 - Orthographe irréprochable
 - Fortes capacités analytiques
 - Capacité à convaincre et fédérer autour d'un projet commun

Au-delà de vos compétences, nous nous intéressons à vous et à votre personnalité :

- **Savoir-être :**
 - Goût démontré pour les sujets techno, IT, innovation...
 - Dynamique
 - Esprit d'équipe
 - Aisance relationnelle, capacité d'écoute et d'expression
 - Force de proposition
 - Enthousiaste, curieux et créatif

▪ **Durée de l'affectation**

Durée de présence souhaitée : 3 ans

▪ **Catégorie d'emploi**

Catégorie B

▪ **Modalités de candidature**

Renseignements sur le poste + Envoi des candidatures (lettre + CV) **avant le 14/04/2020** à :

Séverine CAMBLONG

Chef du Département Marketing et Vente

severine.camblong@musee-armee.fr

01 44 42 43 87

Laetitia CHENEAU

Directrice des Ressources Humaines

laetitia.cheneau@musee-armee.fr

Modalités de recrutement : Les candidatures seront examinées collégalement par au moins 2 personnes formées au processus de recrutement