

Chargé de projet CRM et marketing relationnel H/F

<http://recrutement.quaibrantly.fr/offre-emploi-165.html>

Annonceur	DIRECTION DES PUBLICS
Contrat	Fonctionnaire par voie de détachement ou contractuel en CDI
Expérience	3 à 5 ans
Fonction	Chargé de développement des publics
Localisation	Paris
Statut	



Votre mission :

La direction des publics a pour mission de faire venir au musée du quai Branly - Jacques Chirac un public nombreux, aux âges et profils variés. Pour cela, elle définit une stratégie de conquête de nouveaux visiteurs et de fidélisation. La direction des publics pilote également, dans un souci d'accessibilité la plus large possible, la politique d'accueil et d'information des publics et conçoit les outils et activités de médiation pour accompagner les visiteurs dans leur découverte du musée et des collections. Elle gère enfin les recettes de billetterie et contribue ainsi aux ressources propres de l'établissement.

Au sein de la direction des publics, le service du développement des publics et de la vente (SDPV) est particulièrement chargé de définir et mettre en œuvre la stratégie de développement de la fréquentation, d'encourager la diversification des publics mais aussi leur fidélisation, et de participer à la consolidation des ressources propres du musée via les recettes de billetterie.

Description du poste

Le/la chargé(e) de projet CRM et marketing relationnel a en charge l'alimentation, l'entretien, la maintenance et l'évolution technique de l'outil de gestion de la base de données (BDD) du musée du quai Branly – Jacques Chirac.

Il/elle participe à l'élaboration de la stratégie de marketing relationnel/CRM et est chargé(e) de sa mise en œuvre.

Les missions détaillées du poste sont les suivantes:

1-Définition et mise en place de la stratégie CRM

Sous la responsabilité du responsable du SPDV et en relation avec le chargé de la gestion fonctionnelle de la base de données et des campagnes de CRM, le/la chargé(e) de projet CRM et marketing relationnel :

- Définit la stratégie CRM à moyen et long terme en identifiant les segmentations de publics pertinentes, les moments clés du parcours visiteurs et les actions marketing propres à conquérir et fidéliser ;
- Met en œuvre la stratégie marketing relationnelle et suit les campagnes multicanales (emailing, SMS, mailing, campagnes automatisées, réseaux sociaux) sur les cibles BtoB et BtoC ;
- Veille à ce que chaque action de marketing relationnel puisse avoir un suivi statistique ;
- Participe à l'analyse des résultats et l'évaluation de chaque campagne et propose toutes les actions correctives nécessaires ;
- Réalise une veille des pratiques CRM, est force de proposition dans la création et le développement des html et la mise en place de tests pour de nouvelles campagnes.

2-Gestion des projets de la base de données en lien avec la stratégie CRM

Dans le cadre des priorités stratégiques de marketing relationnel définies par la direction des publics :

- Définit, coordonne et suit la mise en place des projets techniques, réglementaires ou marketing d'évolution de la BDD ;
- Assure les relations avec le prestataire chargé de l'intégration ;
- Intervient en mode projet et pilote les différents interlocuteurs internes (DSI) et externes ;
- Rédige, à destination de l'intégrateur, les expressions de besoins et les cahiers des charges de tous les projets d'évolution de la BDD ;
- Assure les demandes et suivis de devis correspondant, dans le cadre du fonctionnement des marchés publics ;
- Assure le recettage et la mise en production des évolutions et projets en ayant le souci du respect des délais.

3- Administration de la base de données (BDD)

- Garantit la qualité et le volume de la BDD et veille à son alimentation régulière et optimale ;
- Anime et coordonne l'ensemble des utilisateurs de la BDD au sein du musée, en étant à l'écoute régulière des remarques et besoins formulés ;
- Participe à l'évolution de la structuration de la BDD (gestion des droits, rubriques, libellés...) ;
- Veille, en lien avec l'administration technique de la BDD (DSI, intégrateur), au bon fonctionnement et à l'évolution de l'outil en fonction de nouveaux besoins (ergonomie, remontées, utilisateurs...) ou orientations stratégiques ;
- Veille à la bonne exécution des différents flux de données qui alimentent la BDD et mène les actions correctives le cas échéant.

4 -Réfèrent projets numériques du SDPV

- Participe au comité éditorial web et en fait un compte rendu pour le service ;
- Participe aux comités web transversaux ;
- Met en place, en collaboration avec le service du développement numérique, des actions de marketing relationnel sur les différentes plateformes numériques ;
- Définit avec les différents chargés de développement de publics des leviers de conquête et de fidélisation à mettre en œuvre afin de toucher leurs cibles ;
- Représente le SDPV dans la réflexion sur les projets numériques de l'établissement à destination des publics, notamment dans une perspective de synergie avec les stratégies de développement des publics ;
- Assure un suivi de l'avancement des projets auprès du reste de l'équipe.

Conditions de travail : Temps complet

Résidence administrative : Siège social de l'établissement public du musée du quai Branly (222 rue de l'Université – 75343 Paris Cedex 07)

Renseignements sur le poste : Monsieur Franck MOULAI, adjoint au directeur des publics, responsable du service du développement des publics et de la vente (01.56.61.53.13 ou franck.moulai@quaibrany.fr)

Votre profil :

- Bac+4 minimum dans les domaines marketing ou CRM, Ecole de commerce, formation universitaire.....
- 3 à 5 ans d'expérience dans le marketing relationnel
- Expériences significatives en CRM, gestion de bases de données
- Expériences en gestion de projet
- Connaissance logiciels : Microsoft CRM, Dreamweaver, Google analytics, langage HTML et SQL, Photoshop
- Grande capacité de coordination et rigueur de travail
- Esprit d'initiative
- Aptitudes relationnelles
- Sensibilité à la culture