

MINISTÈRE DES ARMÉES

FICHE DE POSTE

Catégorie professionnelle

Catégorie A :
Attaché d'administration ou équivalent ou agent contractuel – H/F

Intitulé du poste

Chargée/Chargé de Marketing et Études Publics Groupes (B2B) / Tourisme

Famille professionnelle

Culture

Emploi-Type	% de rattachement à l'emploi	Niveau du poste	Marquant de gestion de l'employeur
Développement des publics et de l'action culturelle	100 %	3	Conception - Expertise

Programme	BOP (CF)	Actions – sous action (DF)	Article d'exécution
PASHORMIN	HORS BOP	PASHORMIN	PASHORMIN

Code poste RenoiRH

PMMA000

Localisation du poste

Administrative	Géographique
<p>Armée, direction ou service : Musée national de la Marine (établissement public administratif placé sous tutelle du ministère des armées)</p> <p>Établissement d'emploi : Musée national de la Marine – Palais de Chaillot – 17 place du Trocadéro – 75016 Paris</p>	<p>Musée national de la Marine – Palais de Chaillot – 17 place du Trocadéro – 75016 Paris</p>

Titulaire du poste

Nom	Création de poste	QR code
Prénom		
Grade		

Description du poste

Date de création de la FDP	30 janvier 2023
----------------------------	-----------------

Description synthétique

1 – Contexte

Établissement public administratif (EPA) relevant du ministère des Armées, le musée national de la Marine est labellisé musée de France et implanté sur 6 lieux distincts du territoire national (à Paris au Palais de Chaillot, dans les ports de Brest, Port-Louis, Rochefort, Toulon et à Dugny pour son centre de conservation et de ressources).

À la fois musée d'art et d'histoire, de sciences et de techniques, d'aventure humaine et de tradition populaire, il a pour mission de présenter l'histoire du patrimoine maritime grâce à ses collections permanentes héritées des arsenaux et de la salle de la Marine du Louvre, ainsi que par l'organisation d'expositions temporaires.

Un large projet de transformation et de rénovation est en cours, dont l'ambition est de construire le grand musée maritime français du 21^e siècle, afin de transmettre au grand public la conscience des enjeux de la mer d'hier, d'aujourd'hui et de demain, à travers une nouvelle valorisation de ses collections.

Le département Marketing et Publics est en charge d'accueillir, d'étudier et de développer les publics du musée dans un objectif de hausse de la fréquentation et des ressources propres. Il est le point de rencontre entre le musée et ses publics. Il définit la politique générale des publics en lien avec les autres départements. Il pilote par ailleurs les missions commerciales du musée, qu'elles soient gérées en interne ou déléguées.

Au sein du département, le service Marketing et études est chargé de l'étude des publics et de l'analyse financière et statistique de la fréquentation et des ventes. Il a la responsabilité du développement des ressources propres.

2 – Finalités

Placé(e) sous l'autorité du chef du service Marketing et Études, vous avez pour mission de piloter le programme Grands Comptes et de valoriser le réseau auprès des prescripteurs du tourisme. Il évalue les opérations conduites (analyses statistiques et financières) et reste force de proposition dans la mise en œuvre du plan marketing opérationnel. Vous intégrez une équipe comprenant à terme 7 agents. En intégrant ce poste, vous mettrez en œuvre vos compétences et votre talent au service d'un département innovant.

Champ managérial du poste :

Effectif encadré par l'agent	Niveau 1	-	Niveau 2	-	Niveau 3	-
------------------------------	----------	---	----------	---	----------	---

Activités attachées au poste :

Principales	Annexes
Développement des publics individuels (B2B) / Tourisme : <ul style="list-style-type: none"> Pilotage du plan de promotion et newsletters Développement de partenariats Analyses statistiques et financières Pilotage des budgets dédiés 	Veille sur le tourisme Participation à des salons de promotion
Pilotage du programme Grands Comptes	Pilotage du cycle de vie client et animation de la communauté
Appui au chef du service Marketing et Études	Accompagnement aux études liées à la phase de rénovation et contribution aux travaux sur le modèle économique

Régime indemnitaire du poste		Spécificités du poste
Groupe du poste	Indemnités spécifiques	Quotité du temps de travail : présence occasionnelle en soirée ou le weekend dans le cadre d'événement, Déplacement régulier dans les musées des ports Télétravail : 2 jours par semaine
3	Sans objet	

Profil professionnel

Compétences mises en œuvre dans le cadre du poste :

Codes de référence	Intitulé	Niveau			
Savoirs					
	Conception d'outils de promotion et de diffusion				X
	Définition et mise en œuvre d'actions contribuant à la valorisation des collections et à l'accroissement de la notoriété de l'établissement			X	
	Définition et mise en œuvre de stratégies de développement des publics et du réseau des partenaires			X	
	Maîtrise des outils bureautiques (Word, Excel, File Maker pro, Sarbacane)			X	
	Maîtrise de logiciels de billetterie, réservation, CRM			X	
Savoir faire					
	Travailler en équipe				X
	Analyse d'études statistiques ou de publics				X
	Capacité de négociation			X	
	Gestion du volet administratif et financier de l'activité			X	
	Capacité rédactionnelle			X	
Savoir être					
	Sociabilité et aisance relationnelle				X
	Esprit d'analyse et de synthèse			X	
	Sens de la diplomatie				X
	Autonomie et esprit d'initiative			X	
	Curiosité intellectuelle et adaptabilité			X	
	Sens de l'organisation et de priorisation				X

S : sensibilisation / A : application / M : maîtrise / E : expertise

Informations complémentaires

(A compléter en cas de vacance de poste)

Date de la vacance du poste	01/03/2023	Durée d'affectation souhaitable	3 ans
-----------------------------	------------	---------------------------------	-------

Expérience professionnelle souhaitée

Le poste peut convenir à une personne disposant d'au moins 1 an d'expérience professionnelle dans des fonctions similaires et dans la conduite de projet. La connaissance de l'outil SécuTix 360° et Eudonet (SI Vente Billetterie Boutique et GRC) serait un atout.

Niveau d'études / Diplôme : Licence

Spécialisation : Marketing, tourisme et Commerce

Niveau d'expérience min. requis : débutant

Formations associées à la prise de poste

Le MnM accorde une importance forte à la formation et au mentorat des membres du département afin de favoriser l'apprentissage et l'évolution de chacun. Il pourra notamment vous être proposé des formations :

- Système d'information Vente Billetterie Boutique et GRC
- À définir selon les besoins

Perspectives métiers

Le poste qui nécessite des capacités d'organisation et de synthèse offre l'opportunité de découvrir le fonctionnement d'un musée et d'opérer dans un cadre transversal. À cet égard, les relations avec l'ensemble des agents permettent de bâtir une connaissance de l'ensemble des politiques conduites par le musée qui pourra être valorisée dans le cadre d'une candidature ultérieure sur des postes d'encadrement.

Informations pratiques

Conditions d'exercice : Temps plein - Régime hebdomadaire de 38 heures - 25 jours de congés annuels, 18 jours de RTT dont 9 fixés par l'employeur.

Date limite de candidature : 30/04/2023

Pour les fonctionnaires : Joindre votre dernier arrêté de situation administrative avec l'échelon et une fiche financière de votre administration

Pour les agents contractuels : Contrat de 3 ans renouvelable

Commodités :

- Salle de déjeuner et de repos à disposition des agents sur le lieu de travail
- Possibilité de restauration collective au sein d'un restaurant inter-entreprises (RIE)

Et si, vous aussi, vous conciliez épanouissement et projets professionnels ?

Contacts

	Supérieur hiérarchique direct	Service des ressources humaines
Nom	Véronique PAINTRAND	Anne du DOUËT de GRAVILLE
Fonction	Cheffe du Département Marketing et Publics	Cheffe de service
Tél	+33 (0) 1 53 65 69 35	-
Courriel	v.paintrand@musee-marine.fr	recrutement@musee-marine.fr

(*) Si le poste est susceptible d'être vacant, indiquer « non encore connue »