

MINISTÈRE DES ARMÉES

FICHE DE MISSION

Stage – Assistant.e Marketing Publics BtoB		
Mission	Développement du référencement touristique	QR code
Département	Département Marketing et Publics	
Service	Service Marketing et Études	
Responsable	Alice VEISSIER	

Durée de la mission			
Date de début de mission :	3 mai 2021	Durée de la mission :	2 mois

Localisation du poste			
Etablissement d'emploi	Musée national de la Marine - Palais de Chaillot - 17 place du Trocadéro - 75016 Paris	Lieu de travail	Musée national de la Marine - Tour Égée 11 allée de l'Arche, 92671 Courbevoie Cedex

Description de la mission
<p>1 - Contexte</p> <p>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).</p> <p>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.</p> <p>Un large projet de transformation et de rénovation est en cours, dont l'ambition est de construire le grand musée maritime français du 21^{ème} siècle, afin de transmettre au grand public la conscience des enjeux de la mer d'aujourd'hui et de demain, à travers une nouvelle valorisation de ses collections.</p> <p>2 - Mission</p> <p>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. Il pilote par ailleurs les missions commerciales du musée, qu'elles soient gérées en interne ou déléguées.</p>

Au sein du département Marketing et Publics, le service Marketing et Études est en charge 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.

Placé.e sous l'autorité de la cheffe du département Marketing et Publics, et sous la responsabilité de la chargée de marketing et études, le.la stagiaire aura pour missions de développer le référencement touristique du musée. À ce titre, le.la stagiaire assurera les missions principales :

1. Actualisation et enrichissement de la base de référencement touristique de l'offre du musée sur les supports on-line (sites Internet des collectivités, guides touristiques en ligne, sites spécialisés dans les sorties culturelles, applications mobiles, etc.) et off-line (guides touristiques papier, documentation touristique, etc.) ;
2. Création d'un outil clé en main répertoriant l'ensemble des salons ou événements touristiques et BtoB (intérêt pour le musée à y participer, dates, modalités d'inscription, tarifs, etc.).

3 - Compétences requises

- Profil : Bac +2/3 Marketing et Ventes / Tourisme / Gestion de projets ;
- Savoir-faire : maîtrise des outils bureautiques, compétences en gestion de projet et connaissance de de l'écosystème touristique national, intérêt pour le secteur muséal et / ou maritime ;
- Savoir-être : sens de l'organisation, aisance relationnelle, connaissance des règles de l'échange client (par téléphone et par email) et esprit d'équipe.

Informations pratiques

Stage d'une durée de deux mois, non rémunéré

Régime hebdomadaire de 35 heures, soit 7h de travail par jour à réaliser entre 9h et 18h

Contacts

	Supérieur hiérarchique	Gestionnaire RH
Nom	Véronique PAINTRAND	Anne du DOUËT de GRAVILLE
Fonction	Cheffe du Département Marketing et Publics	Cheffe de Service des Ressources Humaines
Tel	+33 (0) 1 53 65 69 35	
Adresse internet	v.paintrand@musee-marine.fr	recrutement@musee-marine.fr