

AVIS DE VACANCE
DIRECTION DE LA MEDIATION ET DU DEVELOPPEMENT DES PUBLICS
SOUS DIRECTION DU MARKETING ET DES ETUDES
SERVICE DU DEVELOPPEMENT DES PUBLICS ET DE LA FIDELISATION

FONCTION : Chargé(e) de marketing et du développement des publics

DATE DE DIFFUSION	02/03/2023
DATE D'ÉCHÉANCE	02/04/2023
CONDITIONS STATUTAIRES	Titulaires ou contractuels (A)
DIFFUSION	Interne/Externe

CONTEXTE :

Le musée du Louvre est un établissement public administratif sous tutelle du ministère de la Culture regroupant le musée national du Louvre, le musée national Eugène Delacroix, le Jardin des Tuileries, la gypsothèque du Louvre à Versailles et un centre de conservation situé à Liévin. Conformément au décret n° 92-1338 du 22 décembre 1992 modifié, le musée du Louvre a notamment pour mission de conserver, protéger, restaurer pour le compte de l'Etat et présenter au public les œuvres des collections inscrites sur les inventaires du musée du Louvre et du musée national Eugène Delacroix et des œuvres déposées dans le jardin des Tuileries ; d'assurer dans les musées et jardins qu'il regroupe, et par tout moyen approprié, l'accueil du public le plus large, d'en développer la fréquentation, de favoriser la connaissance de leurs collections, de mettre en œuvre des actions d'éducation et de diffusion visant à assurer l'égal accès de tous à la Culture ; d'assurer l'étude scientifique de ses collections ; de concourir à l'éducation, la formation et la recherche dans le domaine de l'histoire de l'art, de l'archéologie et de la muséographie et de gérer un auditorium. Pour l'accomplissement de ses missions, le musée du Louvre coopère notamment avec les collectivités publiques et les organismes de droit public ou de droit privé, français ou étrangers, poursuivant des objectifs répondant à sa vocation.

Les équipes du musée du Louvre (2300 agents environ) contribuent également à la programmation culturelle du Louvre Lens et du Louvre Abu Dhabi.

Au sein de la direction de la médiation et du développement des publics le service du développement des publics et de la fidélisation a pour mission de développer les publics du musée et d'assurer la fréquentation des publics pour l'ensemble de l'offre culturelle du musée : collections permanentes, expositions, activités, visites, ateliers, programmation de l'auditorium (histoire de l'art, musique, cinéma, spectacle vivant, offre jeune public), éditions et productions numériques, propositions en ligne... Il mène des actions marketing pour engager et fidéliser ces publics et en toucher de nouveaux. Il œuvre à améliorer le parcours du visiteur et à optimiser l'expérience des visiteurs avant, pendant et après la visite.

MISSION PRINCIPALE :

Le/la chargé(e) de marketing et du développement des publics a pour mission la mise en œuvre de la stratégie marketing garantissant le développement de nouveaux publics et la fidélisation des publics déjà acquis. Il ou elle a la responsabilité du développement des ventes et de la fréquentation de l'ensemble de l'offre culturelle du musée : collections permanentes, expositions temporaires, programmation de l'auditorium (conférences, musique, cinéma, spectacle vivant, séances à destination du jeune public...) visites, ateliers, éditions, offre en ligne en intégrant les publics cibles du musée : franciliens, jeunes ou familles... Il ou elle a également pour objectif la fidélisation et la promotion des formules d'adhésion.

ACTIVITES :

Conduire des actions de marketing pour valoriser l'offre du musée et développer les publics en exploitant les données de la billetterie et de la gestion de la relation client (GRC)

S'approprier l'outil de GRC (EDeal-Efficy) pour optimiser les actions marketing et personnaliser la relation du musée avec ses visiteurs : réaliser les ciblages dans le CRM pour l'ensemble des campagnes du musée, alimenter, segmenter, enrichir les profils la base de donnée (BDD)

Concevoir des newsletters, des emails ou des campagnes de SMSing avec les prestataires graphiques et de routage mail notamment pour la fidélisation

Assurer les actions de reporting et de présentation de suivis de campagne ainsi que l'analyse d'indicateurs de performance clés nécessaires au pilotage de l'activité

Proposer des actions correctrices, des évolutions, des innovations tant dans les fonctionnalités du CRM que dans les pratiques des utilisateurs

Participer au suivi administratif et budgétaire

PROFIL RECHERCHE :

Formation supérieure en marketing, école de commerce

Expérience professionnelle avérée en marketing direct et gestion CRM, traitement des données et manipulation de fichiers lourds, niveau expert sur Excel /CSV requis

Esprit commercial, capacités d'analyse et de synthèse

Méthodologie, autonomie, rigueur, réactivité, créativité, esprit d'équipe

Appétence forte pour les techniques marketing et la culture data.

Informations complémentaires :

Possibilité de télétravail (après 3 mois d'ancienneté)

Prestations sociales, culturelles et sportives (Association du personnel proposant de nombreuses sorties et activités de loisirs à tarifs attractifs, ainsi qu'un accès à une médiathèque et à un espace forme)

Carte Culture offrant la gratuité ou des réductions tarifaires sur les droits d'entrée et les produits des établissements culturels du ministère ainsi qu'un accès prioritaire (pour le titulaire de la carte et un accompagnant)

Mise à disposition d'un riche catalogue de formations ; accompagnement dans la préparation des concours et des projets individuels ; parcours nouveaux arrivants et formations managériales pour les nouveaux encadrants

Congés: 32 jours de congés annuels + 13 jours de RTT (sur la base d'un temps plein)

Remboursement partiel des transports et participation forfaitaire pour la mutuelle

Restaurant du personnel

MODALITÉS : Les candidatures (lettre de motivation et CV) sont à adresser au service recrutement et mobilité : candidatures@louvre.fr