

Chargé(e) de marketing
délégué(e) à l'Orchestre de Paris
Direction des relations avec le public
CDD à pourvoir début septembre 4 mois

La Cité de la musique - Philharmonie de Paris est un établissement public œuvrant, grâce à une offre plurielle de manifestations, à la démocratisation de l'accès à la culture musicale. Établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) créé par un décret du 24 septembre 2015, la Cité de la musique - Philharmonie de Paris est un complexe musical inédit combinant : une programmation de concerts exceptionnelle dans quatre salles ; une formation symphonique de renommée internationale, l'Orchestre de Paris, et un chœur qui se produit à ses côtés ; un projet patrimonial alliant la collection permanente du Musée de la musique à des expositions temporaires ; une politique d'éducation et de transmission de la musique ouverte à toutes les esthétiques et à tous les publics.

La Direction des relations avec le public, intégrée au sein du Secrétariat général, regroupe une équipe de 38 personnes. Elle assure, pour l'ensemble des activités de la Philharmonie de Paris, les missions suivantes : accueil, billetterie/vente, marketing, promotion des activités, étude de la fréquentation et des publics.

Placé(e) sous l'autorité de la Directrice des relations avec le public et de son Adjointe, déléguée au marketing, en lien avec le département Orchestre de Paris, le(la) Chargé(e) de marketing assure les missions suivantes :

Missions :

Proposition, suivi et mise en œuvre d'actions marketing (off-line et on-line) permettant de fidéliser et recruter du public dans le cadre des concerts de **l'Orchestre de Paris**, et d'autres activités en lien avec ceux-ci :

- Mise en œuvre de plans d'action combinant marketing digital et leviers traditionnels,
- Gestion et maîtrise des bases de données et des outils de CRM,
- Création et développement de réseaux de diffusion des documents de recrutement,
- Conception, réalisation et suivi de formules de fidélisation : abonnement, relances, parrainage...
- Animation et mise à jour de pages du site internet,
- Prospection et suivi auprès des relais et des partenaires,
- Exploitation statistique et marketing des données liées aux manifestations et au public (en liaison avec la chargée des études et statistiques),
- Suivi des opérations commerciales et de promotion auprès de l'équipe de vente (en liaison avec le responsable de l'équipe)
- Organisation et gestion des participations aux différents salons, forums, workshop et autres rendez-vous,
- Veille concurrentielle et suivi des nouvelles technologies liées à la vente et au marketing.

Cette mission et ces tâches peuvent évoluer avec les objectifs et l'organisation de la structure. Variabilité des horaires en fonction des événements y compris le week-end et en soirée.

Qualités requises :

- Dynamisme, rigueur, autonomie et disponibilité,
- Qualités relationnelles et une expérience du travail en équipe,
- Sens de l'innovation, créativité,
- Aisance rédactionnelle,
- Bonne connaissance de la musique symphonique et de ses réseaux indispensables,
- Une première expérience en marketing lié aux milieux culturels et recherche de public est souhaitée,
- Maîtrises attendues : Excel, logiciel de routage d'e-mails, connaissance d'un logiciel de billetterie (Secutix serait un plus),
- Aisance et affinités web et de gestion de bases de données souhaitées.

Profil recherché :

École supérieure de commerce ou niveau universitaire équivalent, option marketing.
Précédentes expériences en marketing lié aux milieux culturels et recherche de public.

Les candidatures (Lettre de motivation + C.V.) sont à adresser au Service des Ressources Humaines, Philharmonie de Paris, 221 avenue Jean Jaurès, 75019 PARIS ou par e-mail « recrutement@cite-musique.fr ».

La Cité de la musique – Philharmonie de Paris a obtenu les doubles labels « égalité professionnelle entre les hommes et les femmes » et « diversité ». A ce titre, elle met en place une politique de prévention des discriminations dès la phase de recrutement. Elle vise également à promouvoir la diversité en élargissant le réseau de diffusion de ses offres d'emploi et de stage.