

**Stage marketing direct de 6 mois
à la Direction des relations avec le public :**

Développement et fidélisation du public des activités culturelles, éducatives et sociales

Équipement culturel dédié à la transmission de toutes les musiques, la Cité de la musique - Philharmonie de Paris, située sur le Parc de la Villette est un pôle culturel unique au monde. Dotée de plusieurs salles de concerts, d'un musée riche de l'une des plus belles collections d'instruments du monde, d'une médiathèque et de nombreux espaces pédagogiques, la Cité de la musique - Philharmonie de Paris est un projet inédit. Avec ses nombreux espaces, ses formations résidentes ou associées et un projet artistique innovant, elle constitue un pôle culturel unique au monde favorisant l'appropriation de la musique par tous les publics.

Dans le cadre du Secrétariat Général, la Direction des relations avec le public est un service commun aux trois grandes activités de la Philharmonie de Paris : concerts, musée – expositions et activités éducatives pour lesquelles elle assure principalement :

- Le marketing et la promotion des activités, développement et fidélisation du public,
- La vente et la gestion de la billetterie et la régie de recettes,
- L'accueil des publics.

Missions

Placé(e) sous l'autorité de l'équipe du Pôle du développement des publics des activités culturelles, éducatives et sociales, vous assistez cette dernière sur le développement et la fidélisation des publics suivis par le pôle (jeune public, publics scolaires, professionnels) :

- Réalisation d'e-mailings : rédaction, ciblage CRM, routages
- Suivi de la diffusion de supports papier : mise à jour de lieux de dépôts, coordination avec les prestataires de diffusion...
- Suivi de partenariats culturels et commerciaux : envois de contenus, mise en place d'offres
- Analyse des résultats de campagnes marketing
- Participation ponctuelle à l'organisation et à l'accueil des publics (lancements de saison)
- Optimisation de l'information aux publics : vérification de la cohérence des informations du site internet, information des publics en cas de changement de programme (emailing, sms, courrier), actualisation des informations de la Philharmonie de Paris sur des sites web en lien (agendas en ligne, revendeurs, partenaires)

Qualités requises :

Dynamisme, curiosité, rigueur et autonomie, goût pour le travail en équipe.
Aisance avec les outils de bureautique (Word, Excel, Powerpoint), capacité à travailler dans un environnement informatisé, connaissance ou capacité d'adaptation aux logiciels utilisés pour la réalisation des actions marketing (logiciel CRM, création et routage d'e-mailing, petite PAO, outil de travail collaboratif...). Appétence et curiosité pour le milieu musical requis.

Profil recherché :

École de commerce ou équivalent option marketing / management culturel / communication, niveau Licence ou Master 1.

Précédentes expériences dans le domaine du marketing ou de la communication, liées au milieu culturel.

Conditions :

Stage de 6 mois – Du lundi 1^{er} février 2021 au mardi 31 août 2021

Indemnité de stage 3.90 € brut par heure de présence (maximum pour un temps complet 600,60 €) + part patronale des tickets restaurant + remboursement abonnement transport 50%.

Rythme de travail : une semaine à 39h une semaine à 31h (soit un lundi sur deux en « RTT »)

Les candidatures (C.V et lettre de motivation) sont à adresser uniquement par e-mail à recrutement@cite-musique.fr

La Cité de la musique – Philharmonie de Paris a obtenu le double label « 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.