



RECRUTEMENT D'UN.E CHARGE.E DE CRM, MARKETING DIGITAL

ET ANALYSE DATA EN CDD F/H

Le Théâtre National de l'Opéra-Comique est un établissement public national à caractère industriel et commercial (EPIC), placé sous la tutelle du ministère de la culture inscrit sur la liste des théâtres nationaux depuis 2005. Fondé en 1715, l'Opéra-Comique est l'une des plus anciennes institutions culturelles de France. Son répertoire original mêle le théâtre au chant lyrique et a produit les chefs-d'œuvre français les plus joués au monde aujourd'hui : *La Damnation de Faust* de Berlioz, *Carmen* de Bizet, *Lakmé* de Delibes, *Les Contes d'Hoffmann* d'Offenbach, *Manon* de Massenet, *Pelléas et Mélisande* de Debussy... Dirigé depuis octobre 2021 par Louis Langrée, l'Opéra-Comique occupe une place spécifique dans le paysage lyrique français et international grâce à une politique ambitieuse de création, de coproduction et de diffusion.

Le poste

Le Théâtre National de l'Opéra-Comique recrute un.e chargé.e de CRM, marketing digital et analyse data F/H au sein du secrétariat général, dans le cadre d'un contrat de travail à durée déterminée, pour une durée de 18 mois, à partir de octobre 2024.

Principales missions & objectifs :

Vous serez chargé de travailler sur la stratégie marketing de l'établissement et participerez à la mise en place d'un nouvel outil CRM visant à optimiser la connaissance et l'engagement des clients dans le cadre de l'accélération de notre stratégie omnicanale. Vous ferez également de la gestion de projet et participerez à la transformation numérique, ainsi que de l'accompagnement du développement marketing digital autour du comportement client. De plus, vous devrez avoir une connaissance technique des plans de taggage et de l'élaboration d'une stratégie marketing autour du parcours client.

Sous l'autorité de la secrétaire générale et de la responsable du numérique, en lien avec le service des relations avec le public / billetterie, il/elle participera aux missions suivantes :

Gestion de CRM et de campagnes :

- Développer des parcours clients et coordonner des campagnes de communication avec les services de communication, des relations avec le public / billetterie et du numérique.
- Mettre en place des actions marketing pour accroître la visibilité de nos événements auprès de nos clients pour encourager les ventes.
- Identifier et proposer des évolutions de parcours selon les comportements d'achat afin d'améliorer les actions et les ventes.
- Participer à la création de campagnes de sondage afin de qualifier les publics et utiliser des outils d'analyse pour suivre les métriques clés et fournir des rapports réguliers sur les performances de nos campagnes.

Connaissance et gestion des données clients :

- Suivre la mise en place du nouveau CRM en pensant au parcours client, le paramétrer et accompagner l'équipe métier.
- S'assurer de l'interopérabilité entre l'outil sélectionné, les systèmes de billetterie, le site web et autres outils numériques.
- Optimiser les outils d'emailings et de ciblage, et paramétrer l'outil sélectionné.

- Analyser les parcours clients et établir des persona selon le comportement et la data collectée.
- Participer à la rédaction des objectifs marketings et les faire évoluer avec les équipes en fonction de l'évolution des ventes et de la qualification du fichier.

Gestion de projet et transformation numérique :

- Participer à la stratégie marketing de l'établissement et la mise en place de l'outil CRM pour optimiser la connaissance et l'engagement des clients dans le cadre de notre stratégie omnicanale.
- Améliorer en continu les campagnes et l'expérience client.

Développement marketing digital :

- Concevoir des tableaux de bords de suivi selon l'outil de BI choisi et les différents KPI choisis
- Tester et optimiser les campagnes, et s'assurer du paramétrage pour respecter la conformité RGPD, DSA, DMA via la gestion du consentement.
- Lancer des campagnes personnalisées.
- Évaluer et ajuster les KPIs et fournir un support conseil.

Profil recherché :

Formation : Master d'une école de commerce ou d'une université en Marketing Digital ou Communication.

Expérience : 5 ans d'expérience en CRM, gestion de projet ou marketing client.

Connaissances professionnelles :

Une maîtrise des logiciels CRM/gestion de campagnes et des outils d'automatisation du marketing.

La connaissance d'un outil de plateforme de données clients serait un plus.

De solides compétences en gestion de projet et une expérience avérée dans la transformation numérique.

Une connaissance technique des plans de taggage et une expérience dans l'élaboration d'une stratégie marketing autour du parcours client.

Qualités requises : Soucieuse du détail, méthodique, réactive, flexible et rigoureuse. Capacité à travailler de manière indépendante et à proposer des idées, et intérêt pour le monde du spectacle est un plus.

Informations complémentaires :

- Rémunération selon la grille salariale et le profil
- Remboursement à 50% de la carte Navigo

Les candidat.es qui souhaitent postuler sont invités à déposer leur candidature (CV, lettre de motivation) par mail à recrutement@opera-comique.com ou par courrier auprès de Myriam Le Grand, Directrice des Ressources Humaines - Théâtre National de l'Opéra Comique - 5 rue Favart - 75002 Paris **avant le 15 septembre 2024.**

L'Opéra Comique a obtenu le double label AFNOR « Égalité professionnelle entre les hommes et les femmes » et « Diversité ». A ce titre, l'Opéra Comique 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. Une cellule d'écoute est mise à la disposition des candidats qui estimeraient avoir fait l'objet d'une rupture d'égalité de traitement.