

OFFRE DE STAGE



OFFRE DE STAGE

CHARGÉ(E) DE MARKETING

Secteurs : Culturel et événementiel

I. ENVIRONNEMENT DU STAGE

CONDITIONS DU STAGE Durée du stage Date de début Date de fin	6 mois 1 ^{er} Mars 2022 31 Août 2022 Convention de stage obligatoire Rémunération de stage selon les tarifs en vigueur
ORGANISATION DU STAGE Temps Horaires d'ouverture du service de billetterie centralisée	Complet : 36 heures hebdomadaires • <u>Du Mardi au Samedi</u> - Du Mardi au Vendredi : de 9h à 12h et de 14h à 18h - Le Samedi : de 10h à 12h et de 14h à 17h + permanences variables
CONTRAINTES DU STAGE (Astreintes, horaires...)	• Grande disponibilité selon l'activité culturelle et événementielle • Horaires spécifiques, avec amplitudes variables (soirées, week-ends, jours fériés) en fonction des impératifs des manifestations et des obligations de service
LIAISONS HIERARCHIQUES Autorités hiérarchiques	• Direction Générale de l'EPA • Responsable du pôle de billetterie centralisée
RELATIONS FONCTIONNELLES Au sein de l'EPA A l'extérieur de l'EPA	• Direction Générale de l'EPA • Responsable du pôle de billetterie centralisée • Chefs de projets • L'ensemble du personnel de l'établissement • Les clients et prestataires • Les divers organisateurs de manifestations

LIEUX DE TRAVAIL	Poste basé à Troyes • La Maison du Boulanger, 42 rue Paillot de Montabert • Lieux de diffusion et salles de spectacles du territoire (Théâtres, La Chapelle Argence, le Cube - Troyes Champagne Expo...)
MATERIEL MIS A DISPOSITION	• Equipement de bureautique • Logiciel de billetterie de spectacles : Digitick

II. DESCRIPTIF DES MISSIONS DE STAGE

MISSIONS ET ACTIVITÉS PRINCIPALES

Sous l'autorité de la Direction Générale et de la Responsable du Pôle de Billetterie Centralisée, le ou la chargé(e) de marketing

CHARGÉ(E) DE MARKETING ET DE COMMUNICATION

(70 % du temps de travail)

MARKETING CULTUREL ET ÉVÉNEMENTIEL

- Réalisation d'études de marché
- Étude et définition des attentes des publics, exposants et visiteurs :
Réalisation d'enquêtes puis analyse des données pour propositions de stratégies marketing et de plans d'actions qui orienteront les prises de décisions en matière de programmations culturelles et événementielles, de politiques tarifaires, de distribution (canaux de ventes et réseaux de billetterie) et de plans de communication
- Réalisation d'enquêtes de satisfaction
- Étude des statistiques de fréquentations
- Développement de l'image de marque de l'établissement
- Définition de nouveaux positionnements
- Conception d'une offre culturelle et événementielle s'adressant à des cibles nouvelles et complémentaires

COMMUNICATION OPÉRATIONNELLE

- Planification des actions de communication
- Administration du site web
- Gestion des newsletters : définition des contenus, réalisation des maquettes puis envoi
- Animation des réseaux sociaux et développement de la communication digitale virale
- Création de contenus photos et vidéos
- Rédaction des dossiers et communiqués de presse
- Organisation des conférences de presse
- Relations avec les médias : équipes rédactionnelles et publicitaires
- Négociation et achats d'espaces publicitaires multicanaux : print, numérique sur les différents réseaux : TV, radios, PQR, web, affichage grand format...
- Gestion des réseaux d'affichage dans les commerces et lieux stratégiques du territoire
- Animation d'émissions radios et TV
- Définition d'un cahier des charges pour le lancement d'un appel d'offre axé sur la création d'un nouveau site web de l'établissement

CHARGÉ(E) DE LA BILLETTERIE, DE L'ACCUEIL ET DU DÉVELOPPEMENT DES PUBLICS

(30 % du temps de travail)

- Gestion des réservations et ventes de billets aux guichets, par téléphone et sur internet
- Vente des autres produits culturels de l'établissement (livres ...)
- Permanences de billetteries sur les spectacles et événements, le jour et le soir des manifestations sur différents lieux de diffusion du territoire selon un planning établi entre les différents membres de l'équipe
- Actualisation du fichier-clients
- Réalisation de campagnes de promotion et de relances des publics en fonction des objectifs fixés
- Gestion du développement des publics, recherche de nouvelles cibles et fidélisation
- Recherche de nouveaux relais et prescripteurs

ACTIVITÉS ANNEXES

- Participation aux diverses missions liées au fonctionnement du service

III. PROFIL DE POSTE

QUALITÉS REQUISES ET SAVOIR-ÊTRE

- Disponibilité et réactivité
- Rigueur et organisation
- Maturité et autonomie
- Capacité d'analyses et d'esprit de synthèse
- Dynamisme, bon relationnel et bonne communication
- Esprit d'équipe

COMPÉTENCES ET SAVOIR-FAIRE

- Bac +4/5
- Bonne maîtrise de l'expression écrite et orale
- Connaissance en marketing et communication
- Maîtrise des nouvelles technologies et des techniques de communication
- Maîtrise des outils informatiques et des logiciels de billetterie (Digitick)
- Notions en PAO et montages vidéos
- Intérêt pour le milieu culturel (spectacles, concerts, expositions, littérature...) et événementiel (salons, congrès, événements d'entreprises...)

Document élaboré : en Janvier 2022

**Par la Direction Générale
de l'EPA - La Maison du Boulanger, centre culturel**

Candidatures à envoyer au :
Service RH de La Maison du Boulanger
42 rue Paillot de Montabert
10 000 TROYES
Ou par mail :
a.girardon@ville-troyes.fr