

Stage marketing direct à la Direction des relations avec le public : Développement et fidélisation du public

De janvier à juin 2022

Etablissement public national situé dans le Parc de la Villette, la Cité de la musique - Philharmonie de Paris est un grand complexe dédié à la diffusion, à l'éducation et à la transmission musicale qui comprend trois salles de concert, le Musée de la musique, l'Orchestre de Paris, des salles d'exposition temporaire, un ensemble d'espaces pédagogiques et documentaires et des salles de répétition pour les orchestres et les musiciens. L'établissement présente chaque saison environ 500 concerts, trois expositions temporaires et un grand nombre d'activités éducatives. Il accueille quatre orchestres en résidence et administre les orchestres de jeunes Démos sur tout le territoire. Sa mission vise à renouveler et à élargir le public musical en favorisant l'égal accès de tous, adultes, jeunes et familles, aux différentes formes de musique.

Depuis septembre 2021, il accueille également un nouvel espace permanent, la Philharmonie des enfants, dédié à l'éveil artistique des enfants de 4 à 10 ans.

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 marketing, vous assistez cette dernière sur le développement et la fidélisation des publics pour l'ensemble des manifestations de la saison (concerts, expositions et activités) :

- Réalisation d'e-mailings : mise en forme, segmentation, routage
- Adaptation et relecture de contenus éditoriaux adressés au public
- Suivi de la diffusion de supports papier : brochures de saison, lieux de dépôts, coordination avec les prestataires de diffusion...
- Suivi des achats médias mis en place pour les concerts de l'Orchestre de Paris
- Suivi des partenariats culturels et commerciaux : envois de contenus, mise en place d'offres
- Suivi et analyse et des résultats de campagnes marketing
- Participation à l'organisation du lancement de saison 2022-23 : routage brochures et communication (abonnements, mises en vente des concerts et spectacles)
- Participation ponctuelle à l'accueil des publics (salons, événement de lancement de saison)
- Optimisation de l'information transmise 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 de concerts en ligne, revendeurs billetterie, 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 de segmentation CRM, solution de création et d'envoi d'e-mailing et de sms, 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, Master 1 ou Master 2.

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

Conditions :

Stage de 6 mois – à compter de janvier 2022

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%.

Jour de RTT : un lundi sur deux

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.