



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

Située sur le Parc de la Villette, la Philharmonie de Paris, qui a ouvert ses portes en janvier 2015, constitue un pôle culturel unique au monde avec sa riche programmation, ses nombreux espaces, son Musée de la musique, ses ensembles résidents et un projet artistique innovant.

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 : rédaction, ciblage CRM, routage
- 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 à l'organisation et à l'accueil des publics lors de salons professionnels et de forums des associations à la rentrée
- 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 master équivalent option marketing / management culturel / communication.
Précédentes expériences dans le domaine du marketing ou de la communication liés au milieu culturel.

Conditions :

Stage de 6 mois – à partir du 1^{er} juillet 2017
Indemnité de stage : 3.60 € brut par heures de présence (maximum pour un temps complet 554,40 €) + 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