

<b>Qualification :</b>	Chef de produit Boutique et Musée
<b>Type contrat :</b>	CDI
<b>Statut :</b>	cadre
<b>Temps :</b>	169h/mois
<b>Rémunération :</b>	A définir en fonction de l'expérience du candidat

## VOS MISSIONS ET ACTIVITES

### Objectifs principaux du poste (liste non limitative) :

Rattaché(e) hiérarchiquement au chef de service « Expérience et Relation visiteur » au sein de la Direction du Développement, vous participez directement au développement des ventes et au déploiement de l'image du Musée océanographique auprès de nos visiteurs et de nos clients.

Vos principales missions sont les suivantes :

### **Proposer et mettre en œuvre la stratégie de développement de la boutique physique et digitale du Musée océanographique en interface avec les équipes internes afin d'atteindre les objectifs de vente et d'image attendus.**

- Rechercher, sélectionner, faire fabriquer, créer, les nouvelles gammes et lignes de produits proposés dans les points de ventes (boutique Musée, boutique en ligne...) en fonction des grandes thématiques de l'Institut océanographique et des programmes temporaires.
- Proposer tout projet permettant de valoriser, augmenter la diffusion, la distribution et la vente des produits boutique dans le cadre et dans le respect des valeurs de l'Institution et en prêtant une attention prioritaire à la politique de développement durable.
- Identifier de nouvelles opportunités de valorisation et de ventes des produits et services proposés en vue de maximiser l'expérience visiteur.
- Définir le budget prévisionnel d'achat, la politique tarifaire et le prévisionnel des ventes annuelles.
- Veiller à la bonne coordination du processus achats en lien avec le chargé des achats et des stocks.
- Définir et déployer l'ensemble des outils et moyens permettant de développer des ventes (merchandising points de vente, argumentaire de vente, politique promotionnelle...) en lien avec les équipes internes.
- Piloter et analyser les performances de vente pour identifier les opportunités de croissance et ajuster les stratégies en conséquence.

### **Mettre en œuvre la présentation de l'offre du Musée auprès de ses visiteurs par différents moyens afin de faciliter sa diffusion, sa compréhension, sa vente et améliorer l'expérience visiteur.**

- Présenter, valoriser et assurer la promotion du parcours de visite du Musée dans son ensemble (depuis les caisses jusqu'à la sortie) ainsi que des différentes offres associées.
- Définir et faire réaliser tout support nécessaire à cette présentation de l'offre à destination des visiteurs (parcours de visite, offre tarifaire et promotionnelle, informations pratiques, nouveaux produits ou services argumentaires de vente ...) et à sa mise à jour en fonction de l'actualité et de la programmation (signalétique, plan de visite, document d'engagement, livrets visiteurs ...).

## VOTRE PROFIL

- Bac+5 Ecole Supérieure de Commerce / master spécialisation Marketing.
- Expérience professionnelle confirmée de 5 ans minimum dans une fonction marketing opérationnel de développement de « produits-services » avec idéalement une composante digitale et à destination d'une clientèle de consommateurs ou visiteurs (BtoC). Expérience muséale est un plus.
- Excellente Maîtrise des outils informatiques.
- Excellente communication

### **Autres compétences et qualités requises :**

Forte appétence pour la vente  
Capacité à anticiper les grandes tendances  
Connaissance des techniques de merchandising  
Excellentes qualités d'expression orale et écrite.  
Sens des responsabilités et du résultat, polyvalence et fiabilité.  
Capacité à manager et à travailler de façon transversale.  
Force de proposition et capacité à mettre en œuvre les décisions.  
Sens du relationnel et de l'organisation, esprit collaboratif, adaptabilité, rigueur.  
Maîtrise de l'anglais.