

APPRENTI(E) COORDONNATEUR / TRICE MARKETING RELATIONNEL
(ALTERNANCE)



Fonction	Apprenti(e) Coordonnateur/trice marketing relationnel (alternance)
Rattachement	Rattaché-e au département Développement des publics, Marketing et Editions, au sein du pôle Relations aux publics du musée de l'Air et de l'Espace, le-la coordonnateur-trice est placé-e sous l'autorité du / de la responsable du Pôle Relations aux publics. Son activité quotidienne est encadrée au quotidien par le /la chargée de développement des publics.
Lieu	Aéroport de Paris-Le Bourget
Musée de l'air et de l'espace	<p>A 10 minutes de Paris par la porte de la Chapelle, ouvert au public en 1921, le musée de l'Air et de l'Espace est le plus ancien musée aéronautique du monde. C'est un des plus riches notamment en ce qui concerne les collections relatives à l'aérostation et aux débuts de l'aviation.</p> <p>Sa première mission est d'assurer la conservation et l'enrichissement des collections de l'Etat ainsi que la présentation au public du patrimoine historique et culturel national dans le domaine de l'aéronautique et de l'espace. Le musée conserve des documents, des objets d'art et des matériels aéronautiques et spatiaux de toutes nationalités en raison de leur valeur historique, scientifique ou technique.</p> <p>Le musée a traversé une période de grands travaux : les salles consacrées à la période des pionniers de l'aérostation à la fin du XVIIIe siècle jusqu'à la fin de la Grande Guerre ont été ré-ouvertes avec une nouvelle muséographie fin 2019.</p> <p>Musée de site, sur la plateforme aéroportuaire du Bourget – premier aéroport d'affaire d'Europe – il est un musée d'histoire, de sciences et de techniques, et devient un élément structurant du projet de création d'un pôle aéronautique dans le cadre du Grand Paris tout en étant un des éléments majeurs des structures culturelles du département de Seine-Saint-Denis.</p>
Missions	<p>Vous contribuez à la mise en œuvre des actions destinées à renforcer la fidélisation des publics, à valoriser l'offre du musée et à soutenir le développement de la fréquentation et des recettes.</p> <p>Vos missions sont les suivantes :</p> <p>Marketing relationnel et campagnes CRM</p> <p>Vous contribuez à la mise en œuvre de la stratégie de marketing digital et print afin de développer les ventes en billetterie :</p> <ul style="list-style-type: none">- Création de templates d'emails (BtoC et BtoB)- Programmation et envoi des campagnes via le logiciel CRM (actualités du musée, expositions, activités spécifiques)- Participation à la mise en place de scénarios relationnels simples (relances billetterie, messages post-visite)- Optimisation des taux de conversion (A/B tests, amélioration des objets)

	<ul style="list-style-type: none"> - Analyse des performances des campagnes (taux d'ouverture, clics, désabonnements...) et recommandations d'optimisation - Mise à jour et gestion des bases de données et contribution à l'amélioration de la segmentation des publics - Veille sur les bonnes pratiques CRM et parangonnage d'autres institutions culturelles - Diffusion des supports de communication (publipostage, envoi de flyers) - Veille sur les revendeurs de billetterie non autorisés <p>Animation du programme d'abonnement <i>Pass Infini</i></p> <p>Vous participez activement au développement et à la valorisation du Pass Infini, programme d'abonnement du Musée :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Contribution au déploiement du programme d'abonnement et mise en œuvre d'un plan de promotion dédié auprès des publics cibles - Suivi des ventes et mise à jour des tableaux de bord - Création de contenus éditoriaux dédiés aux abonnés et animation de la communauté (newsletter, recherche de partenariats, organisation d'événements dédiés) - Analyse du cycle de vie des abonnés (acquisition, renouvellement, attrition) et mise en place d'un questionnaire de satisfaction - Gestion de l'adresse de contact dédiée <p>Coordination avec la Direction de la Communication et du Numérique</p> <p>Vous assurez l'interface avec la Direction de la Communication (site internet, réseaux sociaux) afin de garantir la cohérence des messages et des actions de promotion du musée. À ce titre, vous contribuez à la circulation des informations, à l'harmonisation des contenus et à la bonne articulation entre les campagnes CRM, les actions de valorisation et les communications diffusées sur le site internet et les réseaux sociaux.</p> <p>Soutien aux activités de développement des publics</p> <p>Vous assistez le-la chargé-e de développement des publics dans les missions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Participation aux actions de promotion et aux événements - Soutien à la préparation et à l'organisation de salons BtoB - Soutien à l'organisation de projets culturels et pédagogiques (ex. : Semaine de la Petite Enfance) - Soutien à la gestion de la vente en nombre en intérim - Soutien à la rédaction de notes et documents de suivi <p>Le logiciel de billetterie du musée est un de vos outils de travail et vous devez être en capacité de pleinement l'utiliser.</p> <p>Ce descriptif prend en compte vos principales missions et n'est pas limitatif.</p>
Formation	<p>Alternance niveau Master 1/Master 2 en marketing appliqué au tourisme et/ou secteur culturel.</p> <p>Une première expérience en marketing relationnel serait un atout.</p>
Compétences requises	<p>Compétences requises :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marketing relationnel et webmarketing

	<ul style="list-style-type: none"> - Aptitude à travailler en mode projet avec des interlocuteurs variés, de la conception à l'opérationnel - Aisance rédactionnelle - Maîtrise des outils bureautiques (Word, Excel) et aisance générale avec l'informatique - Anglais courant <p>Qualités souhaitées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adaptabilité, autonomie, polyvalence - Rigueur et sens de l'organisation - Esprit d'initiative / force de proposition - Aisance relationnelle et goût du travail en équipe
Informations complémentaires	<p>Alternance d'1 ou 2 ans à pourvoir à partir de septembre 2026</p> <p>Rythme souhaité : alternance avec présence chaque semaine au musée (semaines complètes en école à éviter)</p>
Avantages	<ul style="list-style-type: none"> - Télétravail jusqu'à 4 jours par mois lorsque les missions et le rythme d'alternance le permettent - Remboursement à hauteur de 75 % des frais de transports - Navette reliant directement le musée à la station du RER B Le Bourget matin et soir en semaine - Restaurant du personnel sur le site du musée à tarif attractif - Réductions à la boutique du musée
Date de prise de poste	Septembre 2026

Date limite de dépôt de candidature : 30 juillet 2026

Merci de faire parvenir impérativement une lettre de motivation et un curriculum vitae à l'adresse suivante, recrutement-mae@museeairespace.fr, sous la référence :

VP 2026-22 Apprenti(e) coordonnateur(trice) marketing relationnel (H/F).

Le musée de l'Air et de l'Espace s'engage à promouvoir l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes et la prévention des discriminations pour les recrutements. Tous les postes sont ouverts aux personnes en situation de handicap.