

FICHE DE POSTE DIRECTEUR(TRICE) MARKETING

Poste de référence : Directeur

Échelon de base : 3.3

Indice de base : 3379

Présentation générale du poste :

Sous l'autorité du Directeur Général de l'Office Métropolitain Nice Côte d'Azur, le titulaire du poste a pour mission principale de définir, piloter et évaluer la stratégie marketing de la destination. Il a pour mission de renforcer durablement la notoriété, l'attractivité et la performance touristique du territoire, tout en contribuant à un développement touristique équilibré, responsable et créateur de valeur pour l'économie locale.

Il assure notamment la responsabilité de la promotion et du développement de Nice Côte d'Azur comme destination de loisirs et de congrès.

Liste (non exhaustive) des missions :

Le titulaire du poste :

- **Au titre de l'élaboration de la stratégie Marketing de la destination :**
 - définit en partenariat avec les acteurs locaux et selon les recommandations de la direction général le positionnement touristique de la destination,
 - analyse les tendances et évolutions de l'industrie touristique,
 - construit et propose au directeur général le plan marketing tri-annuel en précisant notamment les objectifs, les cibles, les messages, et les budgets qui y sont affectés. Pour ce faire il identifie les marchés prioritaires (locaux, nationaux, internationaux) et leurs leviers d'attractivité. Il décline la stratégie tri-annuel en plan annuel,
 - décline cette stratégie en plans d'actions annuels opérationnels et mesurables.
- **Au titre de l'animation des acteurs du territoire en contribuant au développement d'une offre innovante et renouvelée :**
 - coordonne les actions avec les partenaires institutionnels, socio-professionnels et prestataires,
 - favorise la co-construction d'offres (packs, itinéraires, événements...) afin de développer une approche orientée expérience de destination,
 - contribue à la dynamique de marque territoriale et sa narration (branding, storytelling),
 - a en charge le développement de partenariats et l'organisation des événements de l'entreprise.
- **Au titre du développement de la stratégie digitale, data et performance**
 - définit et pilote la stratégie de marketing digital de la destination, en coordination avec la Direction de la communication,
 - supervise les dispositifs digitaux (sites, plateformes, réseaux sociaux, influence, contenus immersifs).
 - suit et analyse les KPI et indicateurs de performance (ROI, acquisition, conversion, fidélisation mais aussi le trafic web, retours presse, campagnes...),
 - pilote et fait évoluer les outils CRM et marketing automation, exploite les données clients et visiteurs pour affiner les ciblage et personnaliser les actions.
- **Au titre de l'innovation et la transformation du marketing :**
 - impulse une démarche d'innovation marketing et touristique (nouveaux formats, expérimentation, partenariats innovants),
 - assure une veille active sur les évolutions numériques, les nouveaux usages, les tendances touristiques et les pratiques responsables,
 - encourage une culture de l'expérimentation, du test & learn et de l'amélioration continue.

FICHE DE POSTE

DIRECTEUR(TRICE) MARKETING

- **Au titre de l'observation et l'analyse des performances touristiques de la métropole NCA :**
 - suit les statistiques de fréquentation touristique (flux, typologies, saisons...) et définir de nouveaux indicateurs en concertation avec le pôle RSE de l'OTM,
 - met en place et suit les statistiques du tourisme d'affaires et ses retombées économiques sur la destination,
 - lance des études et enquêtes (satisfaction visiteurs, retombées économiques...).

Il dirige une équipe de personnes chargées, sous sa responsabilité, d'appliquer la politique définie pour son service et a en charge la gestion d'un budget spécifique; il coordonne les différentes cellules composant la direction marketing.

Représentation :

Le titulaire assure la représentation de l'Office auprès des socioprofessionnels des autres Offices de Tourisme, et plus généralement des partenaires touristiques habituels.

Degré d'autonomie et de responsabilité :

Sous l'autorité du Directeur Général et dans le cadre de l'enveloppe qui lui est attribuée, il détermine et applique le budget de son plan d'action annuel. Il veille à la bonne utilisation des budgets affectés aux différentes cellules de sa Direction.

Il dirige une équipe de personnes affectées à son service et communique à la Direction administrative tous éléments ou événements relatifs aux personnes placées sous son autorité.

Il s'assure du niveau et de l'évolution des compétences de toutes les personnes placées sous son autorité.

Il peut être amené à se déplacer partout où les nécessités de son travail l'exigeront, sur la Métropole ainsi que sur le territoire national et à l'international.

Formation et compétences requises :

A titre indicatif, Bac +4/5 (marketing, communication, tourisme, développement territorial...), expérience professionnelle confirmée équivalente dans le marketing touristique ou institutionnel.

Connaissance du fonctionnement des collectivités locales et du secteur public

Autonomie, sens de l'organisation et rigueur dans la gestion des projets et des budgets.

Anglais courant indispensable (écrit et oral).

Solides compétences managériales et capacité à encadrer des équipes pluridisciplinaires.

Aptitude à innover, à être force de proposition et à anticiper les évolutions du marché.

Matériel mis à disposition :

Poste informatique et logiciels courants et techniques (sauvegarde, administration de réseau, protection, etc.), liaison Internet.