

FICHE DE POSTE : Responsable CRM

Rattaché(e) à la Directrice Marketing & eCommerce, en collaboration avec les pôles marketing digital et opérationnel, ainsi qu'avec les autres services,

le Responsable CRM a un double profil analyse & business développement.

Il est en charge de l'**outil CRM**, de la **Connaissance Client** et de la **Performance Marketing**.

En particulier, il doit :

- s'assurer de la bonne utilisation de l'outil CRM par les différentes entités:
 - o Formation des utilisateurs, utilisation selon les bonnes pratiques
 - o Choix et Maintenance de l'outil (participer au cahier des charges futur outil CRM)
 - o Sécurisation des accès en lien avec l'IT
- améliorer la qualité des informations saisies
 - o améliorer le taux de complétude du CRM (en exploitant les point de contact prospect/client avec la marque – events, Pavillon, à bord-)
 - o enrichir le CRM de nouvelles informations, en fonction des besoins Business
 - o fournir des plans de segmentations opérationnels
 - o définir une méthode de scoring des prospects et des clients, puis mettre en place des plans de génération de leads à destination des forces commerciales
 - o fournir les ciblage pour les campagnes ventes et marketing
- réaliser les études marketing nécessaires au bon fonctionnement de l'entreprise
 - o définir le profilage client, les axes de segmentations et les personae
 - o décrire le parcours client
 - o proposer des recommandations d'amélioration de process (quel canal privilégier pour quelle campagne, quelles actions de prospection faut-il lancer, auprès quelles cibles?)
 - o participer aux études préalables au lancement de nouveaux produits et services, pour dégager les insights clients B2B et B2C, FBS et international (focus groups)
 - o définir une stratégie d'écoute des clients B2B et B2C, les attentes dominantes, les irritants récurrents
 - o mettre en place un tableau de bord des ROI des campagnes
- participer à la mise en place des programmes de fidélisation
 - o B2B (Ponant Pro Club) : définition et suivi des KPI, en lien avec les équipes commerciales terrain
 - o B2C (Ponant Yacht Club) : redéfinir et suivre les KPI du programme de fidélisation B2C existant, définir et renforcer la valeur client
- industrialiser et étendre le suivi de la satisfaction passager en vue d'évaluer l'intégralité de l'expérience client à bord et à terre

Il peut s'appuyer sur une équipe au siège de 2 personnes, qu'il encadre.

Le scope du poste est international.

➤ Qualités

Sens business

Bon relationnel, capacité à fédérer et à convaincre

Entrepreneur, persistance, initiative

Analyse, rigueur, esprit de synthèse

➤ Profil

Bac + 5: Grande Ecole de Commerce spécialisation marketing

➤ Compétences

Marketing CRM

Gestion de projet

Anglais

Merci envoyer CV et lettre de motivation à : amossina@ponant.com