

Responsable de la commercialisation

1 / Appellations voisines et métiers connexes

Appellations voisines : Commercial / Directeur commercial
Métier connexe : Chargé-e de commercialisation

2 / Missions et activités

Missions

Le-la responsable de commercialisation élabore et met en œuvre un plan commercial, inscrit dans la stratégie commerciale de la structure et visant à développer et optimiser le chiffre d'affaires de vente de la structure via la vente de billets, de produits dérivés et de prestations annexes.

Le-la chargé-e de commercialisation réalise certaines activités du responsable de commercialisation sous l'autorité d'un-e responsable.

Activités

- Propose à sa hiérarchie un plan d'action commerciale et les indicateurs de performance à partir d'un budget défini et de la stratégie commerciale définie par la structure.
- Développe le plan d'action auprès des clients potentiels.
- Négocie, met en œuvre et suit des contrats, incluant prestations, tarifs et allottements, avec des revendeurs et/ou clients.
- Analyse ses résultats régulièrement.

3 / Responsabilités

- Réalise les objectifs commerciaux fixés avec sa hiérarchie, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.
- > Le-la chargé-e de commercialisation est garant des activités qui lui sont confiées, dans la limite des moyens qui lui sont accordés.

4 / Compétences

Compétences spécifiques

- Identifier les métiers et le fonctionnement des entreprises du spectacle vivant.
- Identifier le modèle économique et social de l'entreprise.
- Se tenir informé-e de la programmation de la structure et de ses contenus, des produits dérivés et prestations annexes commercialisables.
- Prendre en compte la politique de contingentement ou d'allottement de sa structure.
- Dresser les profils des spectateurs potentiels d'un spectacle.
- Maîtriser la législation relative à la billetterie de spectacles.
- Maîtriser l'utilisation d'un logiciel de billetterie.
- Contribuer au respect des réglementations liées au spectacle vivant : droit fiscal, règlements de sûreté et de sécurité, droit commercial.

Compétences transversales

- Elaborer un plan d'action commerciale.
- Etablir, suivre, analyser un budget commercial.
- Elaborer un argumentaire commercial.
- Mettre en œuvre des techniques de négociation commerciale.
- Créer et entretenir des relations de partenariat et/ou commerciales avec des acteurs économiques pertinents.
- Contribuer à l'alimentation et à la mise à jour de ses contacts dans la base de données de la structure.
- Analyser la culture et l'organisation du secteur de ses clients, la stratégie des clients et revendeurs, les comportements d'achat des clients visés.
- Mettre en œuvre des systèmes de gestion tarifaire.
- Elaborer et utiliser des outils de suivi et d'évaluation d'une activité ou d'un projet.
- Créer et entretenir des relations avec d'autres services de la structure.
- Mener une veille sur son secteur.
- Communiquer en une ou plusieurs langues.
- Assurer ses déplacements nécessaires à la fonction.
- Maîtriser des logiciels de bureautique - a minima un tableur, un traitement de texte, une base de données - et des outils de communication numérique.

5 / Place dans l'organigramme des emplois

- Il-elle travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice ou de l'administrateur-trice.
- Il-elle travaille en relation étroite avec le-la responsable de billetterie, le-la responsable de la communication, avec le service technique.

> Le-la chargé-e de commercialisation travaille sous l'autorité du-de la directeur-trice, de l'administrateur-trice ou d'un-e responsable de commercialisation.

6 / Positionnement catégoriel

Responsable de commercialisation

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Sans objet
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Salarié-e agent-e de maîtrise
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Filière générale / Référencé mais recouvre un métier différent / Rattaché-e à chargé-e d'affaires

Chargé-e de commercialisation

Convention collective nationale des entreprises artistiques et culturelles (IDCC 1285)	Sans objet
Convention collective nationale des entreprises du secteur privé du spectacle vivant (IDCC 3090)	Filière Accueil - Commercialisation - Communication / Salarié-e agent-e de maîtrise
Convention collective nationale des entreprises techniques au service de la création et de l'événement (IDCC 2717)	Filière générale / Référencé mais recouvre un métier différent / Rattaché-e à chargé-e d'affaires

7 / Parcours possibles pour exercer le métier

Pour exercer le métier de responsable de commercialisation, une expérience professionnelle confirmée dans le domaine commercial ou événementiel est nécessaire.

La formation professionnelle initiale et continue contribue également à préparer à l'exercice du métier de responsable de commercialisation, en particulier des formations certifiantes de niveau III. Le responsable de commercialisation pourra également développer ses compétences au travers d'actions de formation professionnelles ciblées, spécifiques au spectacle vivant ou transversales.

8 / Éléments de variabilité selon le secteur, l'organisation de l'entreprise...

Ce métier existe principalement dans le secteur privé du spectacle vivant.

Les grandes structures peuvent avoir plusieurs responsables de commercialisation spécialisés par type de clientèle, par modalité de vente, par type de prestation ou par secteur géographique.

Dans les petites structures, c'est le responsable de billetterie ou le responsable de communication-marketing qui assure l'activité de commercialisation.

Peut gérer la base de données de contacts de la structure.

9 / Le métier demain

Certains responsables de commercialisation sont appelés à se spécialiser dans la commercialisation numérique, il s'agira notamment de générer du trafic en ligne, de gérer le logiciel de gestion de la relation client - CRM ou Customer Relation Management, d'optimiser le tunnel de vente - du clic "panier" à la conclusion de la vente - ou d'améliorer le lien entre le site web de la structure et le logiciel de billetterie.

Des compétences en marketing deviennent nécessaires dans le métier de responsable de la commercialisation, notamment dans le spectacle vivant privé, incluant l'élaboration de stratégies de marketing, le pilotage des stratégies d'acquisition et de fidélisation du public à travers des leviers online et offline, la mise en place et la gestion de référencement naturels ou payants, le pilotage de réseaux sociaux et des campagnes publicitaires.

Certaines structures s'appuient sur leur service de commercialisation pour maintenir un lien fort avec leur public, d'autres au contraire externalisent leur activité de commercialisation en confiant la vente de billetterie à des revendeurs. Cela invite les services de relations avec le public, de billetterie et de commercialisation à repenser globalement la relation avec le public et à adapter les profils des métiers de ces services. La vente au guichet ou par téléphone permet d'y associer du conseil et de la proximité, la vente en ligne vise à toucher de nouveaux publics. La vente en ligne par les revendeurs peut concurrencer la vente en ligne par le lieu de diffusion selon la capacité de référencement de chaque site de vente et selon à qui appartiennent les données relatives aux acheteurs de places, elle peut modifier les possibilités d'actions de fidélisation du public par la structure.