

MARKETING, COMMUNICATION, DÉVELOPPEMENT DES VENTES, DE LA DIFFUSION ET DE L'AUDIENCE

Chargé / chargée d'abonnement fidélisation



SOUS-FAMILLE : Relation clients

AUTRES APPELLATIONS : Chargé / chargée de rétention-abonnement

Chargé / chargée de diffusion abonnement Responsable service clients

CODE ROME : M1704 - Responsable relation client (CRM)

Il / elle participe à la stratégie de fidélisation client, identifie de nouvelles opportunités commerciales de ventes additionnelles / supplémentaires et propose de nouvelles offres packagées - en lien avec les tendances et les orientations du titre. Après un premier filtre des chargés de relations client, il / elle peut être amené / amenée à répondre à des problématiques clients plus complexes ou techniques.

Activités

Activités principales

Suivi et analyse du lectorat

- Développer, exploiter et enrichir des bases de données clients

Suivi de la clientèle

- Assurer le suivi de la clientèle

Gestion des abonnements

- Développer des actions de fidélisation pour renforcer la relation client
- Appliquer la stratégie de recrutement et de fidélisation
- Développer et diffuser de nouvelles offres (packagées, promotionnelles, ...) sur tout support

Connaissance du lectorat

- Rassembler des informations sur les lecteurs, les abonnés et les clients de la marque

Variabilité des activités

En fonction de la taille de la structure, le / la chargé / chargée d'abonnement et de fidélisation peut également participer aux autres activités de gestion de la relation clients. Il / elle peut en outre contribuer au recrutement de nouveaux clients.

Compétences

Compétences stratégiques

Identifier les évolutions, les innovations d'un marché qui correspondent aux besoins

Compétences techniques

Développer des méthodes ciblées de fidélisation (outils CRM...)

Utiliser des scénarii, des scripts ou des courriers de réponses aux clients en fonction des situations

Décrypter les offres de la concurrence pour concevoir des actions originales et innovantes

Choisir et utiliser les outils les plus adaptés pour traiter la demande

Définir et concevoir des moyens d'animation commerciales en fonction d'une cible

Construire et diffuser des campagnes de communication

Compétences relationnelles

Garantir la satisfaction du client tout en veillant au respect des procédures et des délais de traitement

Prendre en compte la situation de son interlocuteur dans le respect des intérêts de l'entreprise

Connaissances

Communication et conduite de projets

- Techniques et outils de communication orale / écrite

Environnement professionnel

- Sources d'information de son secteur (base de données, documentation, Internet,...)
- Gammes de produits et services de l'entreprise
- Connaissance de l'environnement, du secteur, des acteurs et de la concurrence
- Connaissance des publics, de leurs attentes et comportements de lecture

Techniques de veille et méthodes d'études

- Base de données et bases de connaissances spécialisées

Voies d'accès et passerelles

Profils

A partir d'un BTS ou Bac + 3 en marketing, commercial, ventes

Expérience

Pas d'expérience requise

Envie de changer de métier ?

Retrouvez ci-dessous les passerelles envisageables au sein du des métiers de la presse et des agences de presse, sur la base de plusieurs critères de proximité.

