

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

**E**n 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.

