Chef de projet CRM (H/F)

MARKETING & COMMUNICATION DIGITAL
STRATÉGIE DATA/STRATÉGIE DES DONNÉES

DESCRIPTION DE L'EMPLOI

Le chef de projet CRM (Customer Relationship Management) est chargé du développement et de la mise en place d'outils visant à optimiser la relation client au sein de l'enseigne en cohérence avec les objectifs stratégiques de l'entreprise.

Il participe, avec sa direction, à la définition des actions opérationnelles liées à la mise en place et au développement des systèmes CRM de l'entreprise.

Il prend en charge le pilotage des projets CRM qui lui sont confiés. Il organise, coordonne et suit les différentes phases des projets en veillant aux respects des cahiers des charges, des objectifs et des délais.

Il assure la gestion des relations et la coordination des différentes parties prenantes des projets de développement et l'exploitation des systèmes CRM et rend compte de leur avancée à sa direction.

Il surveille et analyse l'utilisation du CRM ainsi que la qualité des données. Il veille à l'amélioration continue des systèmes CRM et propose des solutions correctives ou évolutives, et assure le suivi de leur mise en œuvre.

CONDITIONS D'EXERCICE

Il exerce ses fonctions au sein d'une enseigne de magasins spécialisés en bijouterie-horlogerie. Le chef de projet CRM peut travailler au sein du département marketing, des systèmes d'information, ou dans une équipe dédiée à la relation client.

ACCÈS À L'EMPLOI

L'emploi est accessible à partir d'un diplôme de niveau bac +5 en marketing, commerce, digital marketing.

La pratique de l'anglais technique professionnel est requise.

Formations possibles (liste non exhaustive)

- **MASTER** - Marketing, vente
- **MASTER** - Commerce et distribution
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de projets en stratégies digitales et data marketing
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager marketing digital
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de la stratégie marketing omnicanale
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager marketing data et commerce électronique
- **Titre à finalité professionnelle** - Manager de la relation-client et du marketing

AUTRES APPELLATIONS

- Chef de Projet Gestion de la Relation Client
- Chef de Projet Customer Expérience
- Coordinateur CRM
- Chef de projet CRM/CRM et développement client

MISSIONS PRINCIPALES

- **Analyser les besoins et priorités** de l'entreprise en matière de gestion et de performance de la relation client de l'entreprise.
- **Élaborer ou participer à la rédaction d'un cahier des charges fonctionnel** dans le développement des systèmes CRM de l'entreprise.
- **Élaborer un plan détaillé** incluant les étapes, les ressources nécessaires, et les échéanciers du projet.
- **Manager et coordonner les équipes internes et/ou externes** impliquées et assurer le suivi de l'avancée du projet.
- **Analyser des systèmes CRM** de l'entreprise et mettre en place des mesures correctives et d'amélioration pour optimiser l'efficacité et la performance de la gestion de la relation client.

RELATIONS FONCTIONNELLES

- **EN INTERNE :** Selon l'organisation de l'entreprise, le chef de projet CRM intervient sous la responsabilité du directeur CRM ou de la direction marketing. Il travaille en étroite collaboration avec les équipes internes, notamment les équipes de développement et les directions métiers.
- **EN EXTERNE :** Il travaille en étroite collaboration avec les prestataires externes

MOBILITÉ PROFESSIONNELLE

- Le chef de projet CRM **peut évoluer vers le poste directeur CRM** avec des compétences complémentaires notamment en management où il supervisera une équipe de chefs de projet dans son domaine d'activité. Il peut également accéder à des fonctions de responsable marketing.

Chef de projet CRM (H/F)

COMPÉTENCES PROFESSIONNELLES

Analyser les besoins, organiser et coordonner les différentes phases du projet

- **Appréhender les besoins de l'entreprise** en matière de gestion de relation client et de performance.
- **Assurer une veille sur l'utilisation du CRM** ainsi que la qualité des données sur les innovations et tendances en matière de systèmes CRM.
- **Analyser précisément les besoins**, les objectifs, exigences spécifiques du projet, les contraintes, les risques, les résultats attendus en lien avec les parties prenantes.
- **Définir**, en lien avec sa direction, les **actions opérationnelles** liées à la mise en place et au développement des systèmes CRM de l'entreprise.
- **Structurer et organiser les différentes phases du projet** en définissant des étapes, le planning et les ressources nécessaires.
- **Réaliser le cahier des charges**, traduire les besoins en spécifications fonctionnelles et techniques.
- **Structurer le budget du projet** selon le rétroplanning et les activités/livrables attendus.

Superviser le déroulement du projet et assurer la relation avec les parties prenantes (management transversal)

- **Piloter l'exécution du projet** (respect du planning, des moyens et du budget).
- **Coordonner le travail** de l'ensemble des équipes internes et/ou externes.
- **Animer des réunions** avec les équipes internes et/ou externes durant les différentes phases du projet (réunion de lancement, état d'avancement, revues de projet…).
- **Anticiper et résoudre** de manière proactive les aléas potentiels tout au long du projet.
- **Assurer le suivi**, les tests et la validation des développements.
- **Rédiger des rapports d'activité** et effectuer des reportings réguliers à sa direction.
- **Participer à la mise en place des mesures d'accompagnement** aux changements et d'actions de formation des collaborateurs à l'utilisation des systèmes CRM de l'entreprise.

Assurer le suivi des performances et des améliorations des systèmes CRM de l'entreprise

- **Définir des critères quantitatifs et qualitatifs** permettant d'évaluer l'efficacité des systèmes CRM, en s'alignant sur les objectifs fixés.
- **Évaluer et rendre compte de la performance des systèmes CRM** par rapport aux indicateurs définis.
- **Identifier des opportunités d'amélioration** en fonction des résultats des analyses, des retours utilisateurs, et des évolutions technologiques.
- **Élaborer des rapports** pour rendre compte de la conformité ou non-conformité à sa direction.
- **Suivre la mise en œuvre des solutions correctives ou évolutives** proposées et validées pour garantir leur intégration.

COMPÉTENCES COMPORTEMENTALES

- **ESPRIT D'ÉQUIPE :** collaborer, agir en servant les intérêts communs et avoir du respect pour le travail de chacun.
- **SENS DU RELATIONNEL :** capacité à nouer des relations et à les entretenir.
- **SENS DE LA PERFORMANCE ET DU RÉSULTAT :** chercher à atteindre avec persévérance et dans une échéance définie les objectifs fixés en prenant en compte l'équilibre entre les coûts et les bénéfices. Rechercher en permanence une performance optimale.
- **RIGUEUR, ORGANISATION :** définir et/ou appliquer des méthodes précises et adaptées dans le but d'atteindre ses objectifs avec justesse et précision, en veillant constamment à minimiser les erreurs. Fixer ses priorités, planifier les actions et suivre méthodiquement leur avancement en coordonnant les activités et les ressources de la meilleure manière.
- **AGILITÉ DANS LE CHANGEMENT, ANTICIPATION :** adapter son comportement en intégrant les contraintes et les atouts lors de circonstances changeantes, ou en prévision de celles-ci.
- **CAPACITÉ D'ANALYSE ET DE SYNTHÈSE :** identifier l'ensemble des aspects d'un sujet et les examiner de façon critique ; présenter les informations clés, émettre un avis en structurant et en résumant l'ensemble des éléments utiles.
- **ÉCOUTE, EMPATHIE :** se rendre disponible pour comprendre sans a priori ce que ses interlocuteurs pensent et ressentent. Favoriser l'expression de son interlocuteur pour réagir d'une façon adaptée.
- **CRÉATIVITÉ, CURIOSITÉ :** savoir sortir du cadre existant en proposant des idées nouvelles qui conviennent aux clients et/ou à l'organisation ; se montrer ouvert et désireux de connaître de nouvelles idées/tendances/méthodes.
- **AUTONOMIE, PRISE D'INITIATIVE :** procéder de manière indépendante et proactive en mettant en œuvre des processus de travail, de recherche d'information, d'idées et de solutions sans en attendre systématiquement la demande.