

Directeur.rice du pôle Marketing-Communication

Objectif : piloter les actions de marketing et de communication de la FFTT pour développer sa visibilité et notamment le nombre de ses licenciés.

La Fédération française de tennis de table (FFTT) est une association régie par les dispositions de la loi du 1er juillet 1901, reconnue d'utilité publique, qui a reçu délégation du ministre chargé des sports pour organiser, coordonner, développer et contrôler la pratique du tennis de table, organiser les compétitions, assurer la représentation du tennis de table français sur le plan international et veiller au respect de la charte de déontologie du sport établie par le Comité national olympique et sportif français (CNOSF).

Elle est administrée par un Conseil fédéral de 24 membres élus pour une durée de quatre ans par l'assemblée générale, les 13 présidents de ligues (membres de droits) et deux représentants des ligues d'Outre-Mer.

Les services fédéraux sont chargés du bon fonctionnement général de la fédération.

En 2021, la FFTT a un nombre de licenciés de l'ordre de 200 000 qui sont répartis sur le territoire dans quelques 3300 clubs.

DESCRIPTION DES MISSIONS

- ❖ Concevoir et mettre en œuvre la stratégie marketing de la FFTT
- ❖ Construire une marque fédérale FFTT (identité, segmentation, positionnement, objectif stratégique de la FFTT)
- ❖ Identifier et commercialiser les produits à développer pour attirer les publics cibles
- ❖ Élaborer une stratégie de communication pour promouvoir le TT (campagnes de communication, événementiel) et la mettre en œuvre de façon multi-canal : internet, presse, publicité, etc.
- ❖ Piloter l'ensemble de la communication médiatique : rédaction de communiqués, dossiers de presse, etc.
- ❖ Rechercher de nouveaux partenariats pour générer de nouveaux revenus : prospection, démarchage, définition de l'offre, etc.
- ❖ Suivi des contrats (servicing, activation, ...)
- ❖ Engager la fédération dans la mise en place d'un CRM pour enrichir ses datas
- ❖ Piloter les études marketing : analyse de marché et de la concurrence
- ❖ Élaborer, suivre le budget et présenter les bilans semestriels

EXIGENCES REQUISES POUR LE POSTE

Qualifications nécessaires

SAVOIRS

- ✓ Disposer de bonnes connaissances du milieu associatif et sportif français ;
- ✓ Avoir de bonnes connaissances des activités sportives ;
- ✓ Connaissances juridiques en droit commercial ;
- ✓ Connaissances des techniques commerciales ;
- ✓ Connaissances en gestion financière

Compétences nécessaires

SAVOIR-FAIRE

- ✓ Direction de projets marketing et communication ;
- ✓ Management d'équipe ;
- ✓ Maîtriser les outils informatiques et de communication

Profil

- ✓ Bac + 5 ou équivalent en marketing, communication et/ou commerce
- ✓ Une expérience de 5 à 10 ans dans le marketing est exigée
- ✓ La connaissance du secteur sportif fédéral est souhaitée

DIMENSION

Relations internes :

Membres élus, permanents FFTT (salariés et cadres techniques de la DTN), commissions et groupes de travail, directeur général

Relations externes :

Ministère, partenaires, présidents de clubs, comités et ligues

Hiérarchie :

Président, Direction générale FFTT

Statut :

CDI - poste disponible immédiatement

Lieu : Siège FFTT – 3 rue Dieudonné Costes – 75013 Paris.

Statut cadre : groupe 6 CCNS

Rémunération en fonction de l'expérience

Les candidatures (lettre de motivation et C.V) sont à adresser à
la Fédération Française de Tennis de Table à l'adresse suivante : recrutement@fftt.email