

ATTRACTIVITÉ ET MARKETING TERRITORIAL

EXEMPLES DE MISSIONS LIÉES AU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE

- Participer à la mise en œuvre des actions qui auront été définies dans le cadre du schéma de développement économique.
- Effectuer l'Ingénierie de projets en lien avec le schéma de développement économique territorial (élément de contexte, diagnostic de territoire, stratégie et plan d'actions, ordonnancement des actions, évaluations des coûts et ressources humaines, identification des partenaires mobilisés, définition des indicateurs d'évaluations quantitatives et qualitatives, budget global, plan de continuité/pérennité, actions correctives à mettre en œuvre...)
- Prospecter les entreprises, les accompagner dans leur développement.
- Gérer et promouvoir l'offre de services de la collectivité en matière de développement économique (promotion et commercialisation du foncier, aide au montage de dossiers, recherche de financements...).
- Mettre en place et suivre les bases de données relatives aux structures/entreprises présentes sur le territoire.
- Mettre en œuvre des projets d'animations et d'événementiels de territoire ((forum, job dating, portes ouvertes, visites d'entreprises, club d'entreprises, comités de sites...)).
- Promouvoir et communiquer sur les actions de la structure vis-à-vis du territoire et de ses acteurs.

CONNAISSANCES ET SAVOIRS

- Utiliser les fondamentaux et outils d'analyse d'un environnement (Macro, Meso, Micro/ Porter, Swot, Pestel, marketing mix...)
- Connaître des sociologies des organisations
- Savoir créer et mener un projet dans sa globalité
- Capacité à rédiger et synthétiser des informations (bilans, études, fiches d'analyse...)
- Comprendre les données statistiques dans le champ de l'économie, de l'emploi...
- Connaître les bases de la communication
- Avoir une aptitude à la gestion budgétaire
- Connaissance de l'environnement territorial (découpage administratif, rôles des régions, des départements, des collectivités...)
- Connaissance du fonctionnement des marchés publics, subventions, arrêtés attributifs...)
- Conduire/animer des réunions
- Techniques de management d'équipe/projet
- Maîtriser les outils de CRM, pack office, réseaux sociaux professionnels

COMPÉTENCES CLÉS

- Apporter un appui aux partenaires institutionnels dans l'analyse du terrain, des problématiques et pistes d'actions à envisager
- Élaborer et coordonner un projet de développement local (stratégie, plan d'actions, planning, coût, évaluation, pérennité...)
- Mettre en place des événements dans les champs : développement économique (club, networking...), emploi, développement durable, RSE...
- Accompagner les acteurs du territoire dans leurs propres projets de développement (démarchage, visite, primo information, accompagnement, mise en réseaux ...)
- Réaliser des comptes rendus, des bilans d'actions, des évaluations qualitatives et quantitatives

ATTRACTIVITÉ ET MARKETING TERRITORIAL

EXEMPLES DE MISSIONS LIÉES À L'ANIMATION COMMERCIALE

- Définir et piloter les stratégies d'animation commerciale, de gestion des centres villes/centres bourgs.
- Mettre en place les actions collectives structurantes pour la dynamisation et le développement économique (accompagner les projets collectifs structurants des commerçants/artisans ou tout autres acteurs économiques).
- Appuyer/accompagner l'activité commerciale par la mise en place notamment d'actions de promotion et de communication, la création d'événementiels (foires, marchés nocturnes...).
- Assurer le lien avec les Unions Commerciales du territoire mais aussi avec l'ensemble des commerçants, les élus locaux.
- Accompagner les communes et les acteurs économiques pour le développement d'outils ou d'actions innovantes pour maintenir de façon plus globale, l'attractivité et la vitalité en centre-ville et centre bourg (création de Base de données des locaux vacants, la mise en place de projet de réhabilitations des bâtis/façades...).
- Participer à la mise en place de dossiers de financement spécifiques type Fisac/Action Cœur de Ville pour la redynamisation des centres villes ou centres bourgs.

CONNAISSANCES ET SAVOIRS

- Utiliser les fondamentaux et outils d'analyse d'un environnement (Macro, Meso, Micro/ Porter, Swot, Pestel, marketing mix...)
- Connaître des sociologies des organisations
- Savoir créer et mener un projet dans sa globalité
- Capacité à rédiger et synthétiser des informations (bilans, études, fiches d'analyse...)
- Maîtriser les tableaux de bord, outils de CRM, pack office, réseaux sociaux professionnels
- Comprendre les données statistiques dans le champ de l'économie, de l'emploi...
- Connaître les bases de la communication
- Avoir une aptitude à la gestion budgétaire
- Connaissance de l'environnement territorial (découpage administratif, rôles des régions, des départements, des collectivités...)
- Connaissance du fonctionnement des marchés publics, subventions, arrêtés attributifs, ...)
- Conduire/animer des réunions
- Techniques de management d'équipe/projet

COMPÉTENCES CLÉS

- Apporter un appui aux partenaires institutionnels dans l'analyse du terrain, des problématiques et pistes d'actions à envisager
- Élaborer et coordonner un projet de développement local (stratégie, plan d'actions, planning, coût, évaluation, pérennité...)
- Mettre en place des événements dans le champ du développement économique, promotion du commerce et de l'artisanat (foires, salons, actions de promotion et fidélisation clients...)
- Accompagner les acteurs du territoire dans leurs propres projets de développement (démarchage, visite, primo information, accompagnement, mise en réseaux ...)
- Réaliser des comptes rendus, des bilans d'actions, des évaluations qualitatives et quantitatives

ATTRACTIVITÉ ET MARKETING TERRITORIAL

EXEMPLES DE MISSIONS LIÉES AU

DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE ET TOURISME D'AFFAIRES

- Analyser l'offre touristique et /ou de tourisme d'affaires, définir les axes stratégiques d'attractivité globale, par segmentation de clientèles ou d'utilisateurs (touristes, habitants, tourisme professionnel...).
- Organiser les opérations de promotion de la gestion de la destination et développer la notoriété du territoire.
- Gérer la faisabilité financière des actions touristiques et/ou de tourisme d'affaires, analyser les retombées économiques, environnementales, sociétales... en lien avec les autres services transversaux.
- Assurer la valorisation des projets portés par la collectivité/structure en lien avec la Direction de la Communication.
- Participer à des actions de promotion de la destination (salons, foires, rencontres multi-acteurs, accueil de groupes ...).
- Coordonner des projets multi territoires.
- Participer à l'animation et la mise à jour des contenus de sites web de destination, assurer un suivi des projets digitaux et dispositifs web (CRM fidélisation client, sites web, applications...).
- Proposer des formations, des réunions d'informations permettant la montée en qualité de l'offre et en compétence des acteurs touristiques du territoire.

CONNAISSANCES ET SAVOIRS

- Utiliser les fondamentaux et outils d'analyse d'un environnement (Macro, Meso, Micro/ Porter, Swot, Pestel, marketing mix...)
- Connaître des sociologies des organisations
- Savoir créer et mener un projet dans sa globalité
- Capacité à rédiger et synthétiser des informations (bilans, études, fiches d'analyse...)
- Conduire/animer des réunions
- Maîtriser les tableaux de bord, outils de CRM, pack office, réseaux sociaux professionnels
- Comprendre les données statistiques dans le champ de l'économie, de l'emploi...
- Connaître les bases de la communication
- Avoir une aptitude à la gestion budgétaire
- Connaissance de l'environnement territorial (découpage administratif, rôles des régions, des départements, des collectivités...)
- Connaissance du fonctionnement des marchés publics, subventions, arrêtés attributifs, ...)
- Techniques de management d'équipe/projet
- Pratique courante de langues étrangères

COMPÉTENCES CLÉS

- Apporter un appui aux partenaires institutionnels dans l'analyse du terrain, des problématiques et pistes d'actions à envisager
- Élaborer et coordonner un projet de développement local, départemental (stratégie, plan d'actions, planning, coût, évaluation, pérennité...)
- Mettre en place des événements dans le champ du développement touristique, de la promotion de la destination (salons, rencontres BtoB BtC, actions de prospection...)
- Accompagner les acteurs du territoire dans leurs propres projets de développement (démarchage, visite, primo information, accompagnement, mise en réseaux ...)
- Réaliser des comptes rendus, des bilans d'actions, des évaluations qualitatives et quantitatives

ATTRACTIVITÉ ET MARKETING TERRITORIAL

EXEMPLES DE MISSIONS LIÉES À L'ENTREPRENARIAT

- Effectuer la promotion de la création/reprise d'entreprise auprès de tout public (réunion d'information, rencontres collectives avec les acteurs du territoire, Rendez-vous individuels d'étude du projet...).
- Accompagner l'évaluation et le financement des projets dans le cadre des outils financiers et d'étude de marché.
- Instruire les dossiers de demande de financement pour le passage en Comités d'Agrément.
- Organiser et animer les Comités d'Agrément.
- Assurer le suivi et le développement des créations /reprises d'entreprise (conseils : en stratégie de développement des activités, finances, ressources humaines, foncier...).
- Participer à l'animation du parrainage des créateurs/repreneurs, mettre en place des formations collectives.
- Animer le réseau local des prescripteurs (banque, assureur, expert-comptable, notaire...).
- Créer des événements pour promouvoir l'entrepreneuriat (salon, rencontres multi-acteurs, journées d'information à la création/reprise d'entreprise...).

CONNAISSANCES ET SAVOIRS

- Utiliser les fondamentaux et outils d'analyse d'un environnement (Macro, Meso, Micro/ Porter, Swot, Pestel, marketing mix...)
- Connaître des sociologies des organisations
- Savoir créer et mener un projet dans sa globalité
- Capacité à rédiger et synthétiser des informations (bilans, études, fiches d'analyse...)
- Conduire/animer des réunions
- Maîtriser les tableaux de bord, outils de CRM, pack office, réseaux sociaux professionnels
- Comprendre les données statistiques dans le champ de l'économie, de l'emploi...
- Connaître les bases de la communication
- Avoir une aptitude à la gestion budgétaire
- Connaissance de l'environnement territorial (découpage administratif, rôles des régions, des départements, des collectivités...)
- Connaissance du fonctionnement des marchés publics, subventions, arrêtés attributifs, ...)
- Techniques de management d'équipe/projet

COMPÉTENCES CLÉS

- Apporter un appui aux partenaires institutionnels dans l'analyse du terrain, des problématiques et pistes d'actions à envisager
- Élaborer et coordonner un projet de développement local, départemental (stratégie, plan d'actions, planning, coût, évaluation, pérennité...)
- Mettre en place des événements dans le champ du développement économique (club entreprise, afterwork, groupes de travail thématiques...)
- Accompagner les acteurs du territoire dans leurs propres projets de développement (démarchage, visite, primo information, accompagnement, mise en réseaux ...)
- Réaliser des comptes rendus, des bilans d'actions, des évaluations qualitatives et quantitatives

ATTRACTIVITÉ ET MARKETING TERRITORIAL

EXEMPLES DE MISSIONS LIÉES À L'EMPLOI & LA GPEC TERRITORIALE

- Analyser l'offre et la demande d'emploi du territoire en vue de définir les axes stratégiques d'attractivité globale, d'attraction des talents..., en lien avec les acteurs du territoire.
- Gérer, mener des études et des enquêtes socioéconomiques (prospective et observatoire) dans les différentes filières métier.
- Assurer l'ingénierie technique, administrative et financière de projets de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences territoriales.
- Rechercher, utiliser et proposer des indicateurs de suivi et de veille sur les emplois et les compétences.
- Animer des réunions avec les partenaires et élaborer des actions de promotion de l'emploi et des compétences (forum, job dating...).
- Effectuer une prospection terrain auprès des entreprises, des acteurs du territoire pour dresser une cartographie des besoins en main d'œuvre en collaboration étroite avec les partenaires de l'emploi et de la formation professionnelle (Pôle Emploi, Missions locales, Direccte...), accompagner les acteurs dans leur projet de recrutement (primo information, mise en relation...).
- Co-participer à la réflexion et l'élaboration de programmes d'actions de formations, de programmes de pré-qualification en lien avec les secteurs en tension et les demandes du territoire.
- Assurer la promotion, le suivi, l'évaluation et la pérennisation des actions.

CONNAISSANCES ET SAVOIRS

- Utiliser les fondamentaux et outils d'analyse d'un environnement (Macro, Meso, Micro/ Porter, Swot, Pestel, marketing mix...)
- Connaître des sociologies des organisations
- Savoir créer et mener un projet dans sa globalité
- Capacité à rédiger et synthétiser des informations (bilans, études, fiches d'analyse...)
- Conduire/animer des réunions
- Maîtriser les tableaux de bord, outils de CRM, pack office, réseaux sociaux professionnels
- Comprendre les données statistiques dans le champ de l'économie, de l'emploi...
- Connaître les bases de la communication
- Avoir une aptitude à la gestion budgétaire
- Connaissance de l'environnement territorial (découpage administratif, rôles des régions, des départements, des collectivités...)
- Connaissance du fonctionnement des marchés publics, subventions, arrêtés attributifs, ...)
- Techniques de management d'équipe/projet

COMPÉTENCES CLÉS

- Apporter un appui aux partenaires institutionnels dans l'analyse du terrain, des problématiques et pistes d'actions à envisager
- Élaborer et coordonner un projet de développement local, départemental (stratégie, plan d'actions, planning, coût, évaluation, pérennité...)
- Mettre en place des événements dans le champ du développement économique et emploi (visite d'entreprise, afterwork, groupes de travail thématiques...)
- Accompagner les acteurs du territoire dans leurs propres projets de développement (prospection, primo information, ateliers, accompagnement, mise en réseaux...)
- Réaliser des comptes rendus, des bilans d'actions, des évaluations qualitatives et quantitatives

ATTRACTIVITÉ ET MARKETING TERRITORIAL

EXEMPLES DE MISSIONS LIÉES À L'ATTRACT-INVEST

- Effectuer la détection, le conseil et l'accompagnement des entreprises du territoire dans leur développement à l'international ou d'investisseurs - entreprises étrangères souhaitant s'implanter en France.
- Réaliser des séminaires afin de développer le réseau /accompagner les entreprises ou acteurs dans les salons professionnels ou visites sur site et à l'étranger.
- Procéder à la présentation et la commercialisation de l'offre de services de la structure, et la réalisation des prestations de conseils, auprès des interlocuteurs rencontrés.
- Contribuer activement à la réalisation des objectifs d'accompagnement à l'international de primo-exportateurs et d'entreprises à potentiel en lien avec la stratégie d'attractivité globale du territoire.
- Co organiser ou réaliser des réunions d'information à destination des entreprises vis-à-vis des pays ciblés (opportunités, mises en garde, législation, réseaux de prescripteurs...).
- Contribuer aux travaux de suivi de la performance des accélérés (analyse quantitative/qualitative) et aux travaux relatifs à l'évolution de l'offre des accélérateurs.
- Coordonner les actions de promotion et de communication en lien avec les services transversaux (direction de la communication, direction développement économique, direction de l'urbanisme....) sur l'offre foncière disponible, l'attractivité du territoire (infrastructures, talents, réseaux...).

CONNAISSANCES ET SAVOIRS

- Utiliser les fondamentaux et outils d'analyse d'un environnement (Macro, Meso, Micro/ Porter, Swot, Pestel, marketing mix...)
- Connaître des sociologies des organisations
- Savoir créer et mener un projet dans sa globalité
- Capacité à rédiger et synthétiser des informations (bilans, études, fiches d'analyse...)
- Conduire/animer des réunions
- Maîtriser les tableaux de bord, outils de CRM, pack office, réseaux sociaux professionnels
- Comprendre les données statistiques dans le champ de l'économie, de l'emploi...
- Connaître les bases de la communication
- Avoir une aptitude à la gestion budgétaire
- Connaissance de l'environnement territorial (découpage administratif, rôles des régions, des départements, des collectivités...)
- Connaissance du fonctionnement des marchés publics, subventions, arrêtés attributifs, ...)
- Pratique courante de langues étrangères

COMPÉTENCES CLÉS

- Apporter un appui aux partenaires institutionnels dans l'analyse du terrain, des problématiques et pistes d'actions à envisager
- Élaborer et coordonner un projet de développement local, départemental (stratégie, plan d'actions, planning, coût, évaluation, pérennité...)
- Mettre en place des événements dans le champ du développement économique, de l'attract invest (visites, accueil de groupes, salons, rencontres BtoB....)
- Accompagner les acteurs du territoire et investisseurs dans leurs projets de développement (prospection, primo information, ateliers, accompagnement, mise en réseaux, recherche de foncier, appui à l'installation...)
- Réaliser des comptes rendus, des bilans d'actions, des évaluations qualitatives et quantitatives

ATTRACTIVITÉ ET MARKETING TERRITORIAL

EXEMPLES DE MISSIONS LIÉES AU PILOTAGE DE L'ATTRACTIVITÉ TERRITORIALE

- Analyser l'offre du territoire en vue d'établir les axes de développement stratégiques d'attractivité en lien avec les élus, les services transversaux et plus largement les acteurs du territoire.
- Gérer, mener des études et des enquêtes socioéconomiques (prospective et observatoire) en matière de marketing et d'attractivité territoriale.
- Traduire les orientations et les priorités politiques en plans d'actions ou en projets (définition de la feuille de route).
- Construire et piloter la stratégie de représentation du territoire, assurer l'ingénierie des actions envisagées (cibles, séquençage, ressources à mobiliser, évaluation des coûts, mobilisation des acteurs, évaluations en amont et aval des projets, mise en place d'actions correctives, communication à déployer....).
- Organiser et animer des réunions avec les partenaires pour présentation des axes stratégiques et impulser la mobilisation des acteurs (réseaux d'ambassadeurs, réseaux d'influence...).
- Veiller à la coordination inter-directions/agences pour favoriser la communication à déployer et la coordination des différentes actions.
- Assurer les évaluations des projets, mettre en place les actions correctives et veiller à la pérennisation des actions.
- Manager les équipes, effectuer les reportings auprès des directions et élus sur l'évolution des actions menées, la maîtrise des coûts et retombées économiques, sociétales, environnementales...

CONNAISSANCES ET SAVOIRS

- Utiliser les fondamentaux et outils d'analyse d'un environnement (Macro, Meso, Micro/ Porter, Swot, Pestel, marketing mix...)
- Connaître des sociologies des organisations
- Savoir créer et mener un projet dans sa globalité
- Capacité à rédiger et synthétiser des informations (bilans, études, fiches d'analyse...)
- Conduire/animer des réunions
- Maîtriser les tableaux de bord, outils de CRM, pack office, réseaux sociaux professionnels
- Comprendre les données statistiques dans le champ de l'économie, de l'emploi...
- Connaître les bases de la communication
- Avoir une aptitude à la gestion budgétaire
- Connaissance de l'environnement territorial (découpage administratif, rôles des régions, des départements, des collectivités...)
- Connaissance du fonctionnement des marchés publics, subventions, arrêtés attributifs, ...)
- Techniques de management d'équipe

COMPÉTENCES CLÉS

- Apporter un appui aux partenaires institutionnels dans l'analyse du terrain, des problématiques et pistes d'actions à envisager
- Élaborer et coordonner un projet de développement local, départemental (stratégie, plan d'actions, planning, coût, évaluation, pérennité...)
- Mettre en place des événements dans le champ du développement économique et emploi (visite d'entreprise, afterwork, groupes de travail thématiques...)
- Accompagner les acteurs du territoire dans leurs propres projets de développement (prospection, primo information, ateliers, accompagnement, mise en réseaux ...)
- Réaliser des comptes rendus, des bilans d'actions, des évaluations qualitatives et quantitatives