

Possibilités d'emplois

Baccalauréat en

communication marketing

Exemples de postes pertinents
en lien avec votre domaine d'études

UQÀM | Services à la vie étudiante

Engagés à faire une différence



TABLE DES MATIÈRES

Adjoint, adjointe aux communications.....	5
Agent, agente de commercialisation.....	7
Agent, agente de communication	9
Agent, agente de développement des partenariats et événements	11
Agent, agente — marketing et communication	13
Analyste — recherche marketing.....	15
Chargé, chargée de communication, liaison et promotion	17
Chargé, chargée de projet communication et marketing.....	20
Chargé, chargée de projets connaissance consommateurs	22
Chargé, chargée de projets marketing.....	24
Chef de projets marketing Web et e-commerce.....	26
Concepteur-rédacteur, conceptrice-rédactrice	28
Conseiller, conseillère — alliances d'affaires et commandites.....	30
Conseiller, conseillère en communication.....	33
Conseiller, conseillère en communication.....	35
Conseiller, conseillère en communication marketing	37
Conseiller, conseillère en communications et marketing	39
Conseiller, conseillère en marketing et communications	41
Conseiller, conseillère en marketing, communication et médias sociaux.....	43
Conseiller, conseillère en marketing interactif.....	45
Conseiller, conseillère recherche marketing	47
Conseiller, conseillère — événements.....	49
Conseiller, conseillère recherche marketing	51

Conseiller, conseillère — marketing et communications	53
Conseiller, conseillère publicitaire — radio et internet	56
Coordonnateur, coordonnatrice à la commercialisation de produits	57
Coordonnateur, coordonnatrice de programmes marketing.....	59
Coordonnateur, coordonnatrice aux communications et marketing	61
Coordonnateur, coordonnatrice aux communications.....	64
Coordonnateur, coordonnatrice — communications et campagnes de financement	66
Coordonnateur, coordonnatrice en communications et événements	68
Coordonnateur, coordonnatrice en communications marketing.....	70
Coordonnateur, coordonnatrice marketing.....	72
Coordonnateur, coordonnatrice marketing et communications	74
Coordonnateur, coordonnatrice marketing et médias sociaux	76
Coordonnateur, coordonnatrice marketing numérique.....	78
Coordonnateur, coordonnatrice marketing relationnel	80
Coordonnateur, coordonnatrice communications et marketing.....	82
Directeur, directrice marketing	85
Directeur, directrice marketing et communication	87
Expert, experte en recherche marketing	90
Gestionnaire de communauté — médias sociaux.....	92
Gestionnaire de contenu.....	94
Gestionnaire de médias sociaux.....	96
Rédacteur, rédactrice marketing.....	98
Représentant, représentante des ventes aux commandites	100
Responsable de la communication et du marketing.....	102

Responsable de la diffusion et des communications	104
Responsable des communications	106
Responsable du marketing et des partenariats.....	109
Stratège et gestionnaire médias sociaux	112

ADJOINT, ADJOINTE AUX COMMUNICATIONS

Employeur

La Coopérative Enfance Famille

Enfance Famille est à la recherche de gens dynamiques pour venir compléter son équipe. Équité, entraide et contribution au mieux-être des collectivités sont les principes directeurs de la Coopérative Enfance Famille. Chaque jour, nous nous engageons avec transparence et intégrité afin de faire de la Coopérative, ainsi que ses services, un exemple de qualité.

Description du poste

Relevant de la direction des communications, la personne titulaire de ce poste a comme mandat principal d'appuyer l'équipe dans la mise en œuvre du plan de communication de déploiement du Guichet unique.

Le ou la titulaire du poste peut accomplir une partie ou l'ensemble des tâches suivantes :

- Assister et soutenir de manière continue l'équipe (commande de matériel promotionnel, envois de documentation, suivi de calendrier de projets, etc.)
- Effectuer la veille médiatique et des réseaux sociaux pour alimenter la revue de presse interne et le site Internet
- Répertorier et mettre à jour les points de contacts régionaux et locaux
- Identifier les événements et tribunes publiques régionaux auxquels l'organisme devrait participer
- Collaborer aux ententes de visibilité provinciales et régionales et les documenter par une revue de presse, des archives, etc.
- Suivi de production d'outils de communication des fournisseurs
- Réviser divers documents, capsules d'information, lettres ou communiqués, site Internet

- Effectuer des envois de matériel promotionnel (affiches, dépliants, etc.) et des envois courriels et SMS (bulletins, invitations, etc.) aux différents utilisateurs
- Produire les rapports et tout autre document utile demandé par la direction
- Accomplir d'autres tâches liées à sa fonction

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication, en marketing ou dans un autre domaine pertinent
- Minimum d'un an d'expérience pertinente
- Excellente capacité de communication
- Compétences rédactionnelles
- Autonomie, polyvalence, sens de l'organisation, rigueur et dynamisme
- Excellente maîtrise du français parlé et écrit (la maîtrise de l'anglais peut être exigée)
- Compétences de base en informatique (suite Office, Photoshop)
- Intérêt envers le communautaire et les services aux jeunes familles

AGENT, AGENTE DE COMMERCIALISATION

Employeur

Les Éditions L'Interligne

Description du poste

L'agent(e) de commercialisation a la responsabilité de contribuer activement à la création et à la mise en œuvre de stratégies pertinentes et efficaces permettant à la maison, à ses programmes de publications et à la revue Liaison d'obtenir toute la visibilité et la présence dont ils ont besoin pour joindre les différents publics cibles. Relevant de la direction générale, l'agent(e) de commercialisation a le devoir de faire connaître, de façon créative, dynamique et professionnelle, l'ensemble de la production de la maison et les activités qui en découlent.

Description des tâches :

- Mise à jour de la liste des médias et création de diverses listes d'envoi
- Envoi des communiqués de presse et de toute autre communication aux diverses listes
- Travail de presse auprès des médias et suivis
- Organisation des rencontres entre les auteurs et les médias
- Mise à jour des dossiers de presse des auteurs et rédaction de communiqués
- Publication journalière de contenus sur les médias sociaux
- Conception et rédaction de matériels promotionnels
- Développer des stratégies de commercialisation adaptées aux besoins changeants de nos publics cibles, par l'entremise du Web, du courriel et des médias sociaux
- Mise en œuvre de toutes autres activités prévues dans le plan de communications stratégiques annuel

- Représentation de la maison lors d'événements littéraires et développement de partenariats
- Développement et mise en œuvre de campagnes de financement, de promotion et d'abonnement à la revue Liaison
- Gestion des prix littéraires
- Gestion des salons et des festivals (commandes de livres, organisation des séances de signature et des activités connexes) et organisation de lancements
- Coordination de placements publicitaires

Formation et exigences

L'agent(e) de commercialisation devra démontrer des capacités dans :

- Le développement de stratégies créatives de communication et de commercialisation
- La représentation et la vente
- La gestion d'événements
- La rédaction de textes
- Une connaissance approfondie des réseaux sociaux

Le ou la candidat(e) idéal(e) doit posséder :

- Un sens de l'organisation, à court et à long terme, et un sens des priorités
- Une capacité à concevoir des actions stratégiques de manière à maximiser leur portée
- Un esprit créatif
- Une capacité à travailler à la fois en équipe et de manière autonome
- Une capacité à communiquer de façon pratique, que ce soit par écrit ou oralement
- Une connaissance de la scène artistique franco-ontarienne et, plus largement, franco-canadienne
- Une capacité à gérer le stress et une volonté de triompher de défis

AGENT, AGENTE DE COMMUNICATION

Employeur

Conseil scolaire Viamonde

Le Conseil scolaire Viamonde est un conseil scolaire public de langue française en pleine croissance qui compte plus de 10 000 élèves de la maternelle à la fin du secondaire. Le Conseil dessert 32 écoles élémentaires et 14 écoles secondaires sur un territoire qui s'étend de Windsor à Trenton et de Penetanguishene à la région de Niagara, en passant par Toronto et London.

Description du poste

Relevant de la Directrice des communications et du marketing, les principales tâches de l'agent(e) des communications seront de :

- Élaborer et réaliser des plans de communication pouvant intégrer la production et la diffusion de documents et d'éléments nécessaires aux relations publiques, aux relations de presse, au marketing ainsi qu'à la responsabilité d'entreprise du Conseil et de ses écoles
- Préparer et mettre en œuvre des plans et des activités de communication liés à des campagnes d'information et de sensibilisation, des lancements, des inaugurations, des événements, etc.
- Développer des messages captivants et originaux pour toutes les communications du Conseil
- Produire, rédiger et réviser des communiqués, des lettres, des discours et autres communications
- Coordonner la préparation des documents et des outils de communication/marketing produits par le service incluant des présentations, des brochures, des bulletins, des articles et des invitations
- Entretenir de solides relations avec les médias et coordonner les suivis aux demandes d'entrevues et de tournages

- Prêter main-forte à l'équipe pour tout projet ayant un volet spécifique aux communications, au marketing, et aux relations publiques
- Proposer des idées afin d'accroître le rayonnement et la visibilité du Conseil

Formation et exigences

- Détenir un diplôme ou certificat universitaire en relations publiques, en rédaction ou en communications
- Quatre années d'expérience en relations publiques, communications ou organisation d'événements et négociation d'ententes de partenariats
- Compétences supérieures en rédaction, dont l'écriture journalistique, tant en français qu'en anglais et capacité à concevoir différents types de plans
- Compétences supérieures en révision et correction d'épreuves avec souci du détail
- Capacité reconnue à travailler sur différents projets à la fois, en respectant des délais serrés, et ce, même sous pression
- Capacité à gérer les demandes en provenance de multiples parties
- Bonne connaissance du fonctionnement des médias sociaux et du Web
- Faire preuve de créativité, d'initiative et de réflexion stratégique
- Faire preuve de jugement, de discrétion, de patience et de perspicacité
- Savoir planifier, organiser et diriger des activités
- Avoir un bon esprit de synthèse et de vulgarisation
- Faire preuve de leadership et habile avec les relations interpersonnelles
- Capacité à travailler en équipe, d'échanger et d'apprendre entre collègues
- Mélange d'entregent, de dynamisme et d'humour
- Excellente maîtrise du français et de l'anglais, à l'oral et à l'écrit
- Excellente maîtrise de la suite Microsoft
- Permis de conduire en règle, un atout

AGENT, AGENTE DE DÉVELOPPEMENT DES PARTENARIATS ET ÉVÉNEMENTS

Employeur

L'Association des Architectes en pratique privée du Québec

L'Association des Architectes en pratique privée du Québec (AAPPQ) représente quelque 380 firmes d'architecture de toutes tailles. Elle est constituée en un syndicat professionnel.

Description du poste

En concertation avec le service des communications et celui des finances, l'agent.e de développement aura comme tâches prioritaires de :

- Développer, consolider et gérer les ententes de partenariat vouées au financement des publications (papiers ou numériques) et des événements de l'Association : manuel de référence, capsules vidéo, site web, infolettres, activités de formation continue, webinaires, assemblée générale annuelle, conférences, cocktail, etc.
- Planifier la sollicitation annuelle ; mettre en œuvre la campagne de sollicitation ; faire le suivi des ententes avec les partenaires.
- Maintenir des liens de collaboration avec les partenaires ; développer des partenariats avec ceux-ci ; proposer des axes de développement
- Mettre à jour et tenir le fichier des partenaires
- Développer, planifier, gérer et mettre en œuvre l'offre de formation et d'événements de l'organisation en concertation avec le comité de travail de l'Association
- Développer et documenter les objectifs généraux et spécifiques des activités et événements
- Recruter les formateurs et conférenciers, gérer les offres de services ou les ententes de partenariat et assurer les suivis

- Coordonner l'organisation et la gestion logistique des activités
- Effectuer la gestion documentaire et les suivis des activités et de la planification
- Rédiger les rapports des résultats qualitatifs et quantitatifs
- Soutenir les objectifs de l'organisation

Formation et exigences

- Formation collégiale ou universitaire dans un domaine pertinent (ex. : certificat en gestion philanthropique, DEC-BAC intégré en marketing, BAC en communication marketing, AEC en gestion d'événements et de congrès)
- Minimum de 2 années d'expérience pertinente
- Excellente maîtrise de la langue française (orale et écrite)
- Connaissance pratique des logiciels de la suite Office (Word, Outlook, Excel, PowerPoint, etc.)
- Connaissance pratique des plateformes de visioconférences (Zoom, Teams, Adobe Connect, Go to meeting, etc.)
- Créativité et originalité
- Réactivité et débrouillardise
- Excellentes compétences relationnelle
- Rigueur, sens du détail et de l'organisation
- Dynamisme et esprit d'équipe
- Polyvalence et disposition à effectuer des tâches connexes
- Intérêt marqué pour la mission de l'AAPPQ et connaissance de ses enjeux prioritaires
- Excellente aptitude au travail en concertation
- Connaissance du milieu associatif et à but non lucratif, un atout
- Bilinguisme, un atout

AGENT, AGENTE — MARKETING ET COMMUNICATION

Employeur

Musée Stewart

Le Musée Stewart est une institution muséale ayant pour mission de mettre en valeur des collections d'objets, d'artefacts, de documents d'archives, de livres et d'iconographies, tous en relation avec l'histoire qui rappelle la présence et l'influence des civilisations européennes en Nouvelle-France et en Amérique du Nord, depuis les voyages d'exploration jusqu'à nos jours.

Description du poste

Sous la supervision du chef - Communication, le ou la titulaire du poste participe à la réalisation des activités et programmes de marketing et communication du Musée. Il ou elle assiste le chef - Communication dans les relations publiques et l'organisation des événements médias, produit divers outils de communication et assure la diffusion des produits et services du Musée Stewart.

Tâches et responsabilités :

- Identifier et développer des clientèles cibles en lien avec la programmation du Musée ainsi que la clientèle des groupes en complémentarité avec le Service de l'action éducative et culturelle
- Bâtir un plan de développement des locations de salles et de lieux, veiller à sa mise en place et collaborer à la bonne marche du service
- Participer au développement des plans de communication et des plans média et participer à leur réalisation
- Concevoir, rédiger et mettre à jour les documents d'information, de presse et de publicité, organiser leur diffusion et contribuer à l'organisation des activités de relations publiques et promotionnelles
- Assurer la diffusion des informations dans les calendriers et agendas culturels (mise à jour régulière des listings)

- Colliger la revue de presse et effectuer les mises à jour du site Web ainsi que la rédaction des contenus destinés aux réseaux sociaux
- Préparer les listes d'invités et organiser l'envoi des invitations aux vernissages et événements spéciaux
- Collaborer à la logistique et accueillir les invités
- Assurer la gestion des listes d'envoi et leur mise à jour
- Compiler les statistiques du Musée et des actions marketing et les partager avec les intervenants internes et externes en produisant des rapports
- Traiter des images (site Web, réseaux sociaux, communiqués), concevoir des visuels et rassembler les informations destinées au bulletin interne
- Répondre aux demandes d'information ou les répartir adéquatement
- Assurer le suivi des demandes générales de laissez-passer

Formation et exigences

- Diplôme universitaire de 1er cycle en marketing ou en communication
- Trois ans d'expérience ou plus en communication marketing (dans un organisme culturel, un atout)
- Bonne connaissance de la suite Office et de Photoshop
- Bilinguisme français/anglais (à l'oral et à l'écrit), excellentes compétences rédactionnelles
- Sens de l'organisation et capacité à gérer plusieurs projets à la fois avec rapidité, efficacité, rigueur et minutie
- Sens aigu du service à la clientèle
- Excellentes compétences interpersonnelles, tact et diplomatie
- Autonomie, souplesse, polyvalence et capacité à travailler en équipe
- Habileté avec les nouvelles technologies
- Intérêt pour la culture et le patrimoine

ANALYSTE — RECHERCHE MARKETING

Employeur

Zoom média

Description du poste

Se rapportant à la Directrice Communications, Marketing et Recherche, l'analyste marketing apportera son appui au service de recherche et aux équipes de ventes à travers le Canada. Il ou elle devra compiler des recherches particulières aux différents clients et développer des présentations persuasives en support aux ventes. Il ou elle sera impliqué(e) dans l'organisation de recherches post-tests (internes ou externes). L'analyste coordonnera les projets de recherche liés à nos associations membres telles que COMB, Nielsen et l'AMCA.

Le ou la candidat(e) idéal(e) devra posséder de solides capacités d'analyse, mais devra aussi être créatif(ve), produisant des argumentaires de ventes intéressants et dynamiques, qui seront utilisés à l'intérieur de présentations. Le/ou la candidat(e) devra être capable de rencontrer des délais serrés et devra souvent mener plusieurs projets simultanément. Il est essentiel que le ou la candidat(e) possède d'excellentes aptitudes communicationnelles et soit parfaitement bilingue afin de corriger et de traduire les documents de recherche marketing. Il ou elle aura une passion pour la recherche et pour l'analyse de données.

Responsabilités :

- Supporter les représentants des ventes en produisant des recherches marketing sous forme de données et/ou par la création d'outils de vente selon les demandes (documents d'une page ou présentations plus longues)
- Établir des liens avec les associations membres tels que COMB, Nielsen, l'AMCA, etc. et participer à la coordination de projets de recherche liés à ces associations

- Utiliser PMB comme ressource principale pour extraire et analyser les données afin de fournir aux représentants des recherches sur des clientèles cibles spécifiques, sur l'industrie et sur les réseaux pertinents
- Coordonner des projets de recherche post-test ainsi que toute analyse pertinente (interne ou avec des firmes de recherche) et produire des études de cas soulignant les mesures médias des campagnes
- Assurer la mise à jour des données courantes de recherche sur Sharepoint ainsi que dans tous les outils marketing et sur le site Web
- Traduire des présentations de recherche marketing
- Formation (nouveaux outils de vente, nouveaux représentants)

Formation et exigences

- Diplôme universitaire en marketing, en statistiques ou autre champ connexe
- Cinq (5) années d'expérience dans une agence publicitaire ou dans un poste similaire auprès d'un autre fournisseur média
- Solides capacités d'analyse et souci du détail
- Capacité de travailler en respectant des délais serrés sur plusieurs projets simultanément
- Bilinguisme : aptitudes en traduction et en révision tant en anglais qu'en français
- Excellente connaissance de PowerPoint, Microsoft Office, Excel, Word
- Maîtrise de PMB — Print Management Bureau
- Expérience auprès des associations liées à l'industrie, telles que COMB et l'AMCA

CHARGÉ, CHARGÉE DE COMMUNICATION, LIAISON ET PROMOTION

Employeur

SAESEM-Éco-quartier Peter-McGill

Éco-quartier est un programme d'action, d'initiative, de sensibilisation et de responsabilisation environnementale. Le programme a été créé en 1995 par la Ville de Montréal afin d'inciter au quotidien les Montréalais à améliorer la qualité de leurs milieux de vie et à réduire l'impact de leur mode de vie sur l'environnement.

Description du poste

Communication

- Produire, gérer et animer l'ensemble des outils de communication de la SAESEM et de l'EQPM (infolettres, réseaux sociaux, etc...)
- Poster les contenus créés sur les bons canaux de communication, animer la communauté, répondre aux commentaires, imaginer de nouveaux formats
- Assurer la gestion quotidienne des sites web (wordpress) et en soutenir le développement
- Réaliser la rédaction et la conception de différents contenus numériques, vidéos et photos avec les outils appropriés
- Organiser, en collaboration avec les chargé.es de projets, la logistique des événements (conférences, webinaires, formations, etc.)

Liaison

- Coordonner avec les chargé.es de projets et la direction générale la production et la consolidation des outils de communication interne et de reddition de comptes
- Effectuer une veille de l'environnement externe, des contenus et événements liés aux champs d'intervention de la SAESEM et de l'EQPM

- Assurer la permanence de l'EQPM aux heures régulières d'ouverture
- Répondre aux questions et demandes des citoyens et visiteurs, en personne ou au téléphone, ou les orienter vers les personnes appropriées

Promotion

- Planifier et mettre en œuvre le plan de communication de l'organisation afin de renforcer notre positionnement et notre visibilité
- Coordonner le déploiement de la stratégie de contenu : mise à jour des sites internet, publication dans les médias sociaux, animation des communautés
- Soutenir l'équipe dans la mise en œuvre de stratégies de promotion qui répondent à leurs besoins et en évaluer les résultats

Formation et exigences

- Sensible aux enjeux du développement durable, capable de promouvoir l'éco-civisme et de sensibiliser les citoyen·e·s aux bonnes pratiques environnementales
- Créatif de nature et très ouvert à réaliser de nouveaux formats de contenus afin d'atteindre les résident·e·s de Peter McGill
- Formation pertinente en communication, marketing ou discipline pertinente
- 2 à 3 ans d'expérience dans un poste similaire
- Connaissance approfondie de l'utilisation des réseaux sociaux (Facebook, Instagram et LinkedIn)
- Capacité de mise à jour et ajout de contenu sur WordPress
- Capacité à créer des supports de communication (Canva)
- Bonne connaissance de la suite Google Drive
- Connaissance en environnement et capacité à échanger sur des sujets comme la gestion des matières résiduelles, le verdissement ou l'agriculture urbaine
- Bonne connaissance du milieu communautaire et idéalement, expérience dans l'écosystème des éco-quartiers

- Excellentes capacités de rédaction, de synthèse, de vulgarisation et de communications écrites et orales
- Niveau d'anglais opérationnel – secteur bilingue
- Facilité à échanger avec un public varié, entregent et sens de la diplomatie

CHARGÉ, CHARGÉE DE PROJET COMMUNICATION ET MARKETING

Employeur

Ordre Professionnel des CRHA

Fort de près de 10 000 membres, l'Ordre des conseillers en ressources humaines agréés est le cinquième plus grand regroupement au monde dans son domaine.

Description du poste

Relevant de la Chef, relève et rayonnement, vous contribuerez à l'élaboration et à la mise en œuvre des stratégies de marketing et communication à titre de chargé(e) de projet :

- Élaborer et mettre en œuvre des plans de communication marketing pour les CRHA / CRIA et/ou pour le public, et assurer leur réalisation
- Coordonner toutes les étapes de la planification, du suivi et de la gestion des campagnes ou projets qui lui sont confiés
- Évaluer les besoins et l'étendue du mandat, de sa création à sa mise en action
- Élaborer les plans de communication et de promotion
- Élaborer les briefs de création du matériel ou de la production
- Préparer l'échéancier de production
- Coordonner le développement Web et effectuer les mises à jour
- Participer à la mise en ligne des contenus et en faire le suivi (textes, photos et vidéos)
- Organiser le déploiement des campagnes sur les sites Web et publicitaires (Google, Facebook, Instagram, LinkedIn) et assurer la gestion des placements médias
- Piloter la réalisation des événements, veiller à la production des activités et s'assurer de leur bon déroulement

- Négocier et effectuer les suivis avec les parties prenantes ou les fournisseurs
- Analyser les besoins, élaborer et mettre en œuvre des stratégies innovantes dans le but d'augmenter la visibilité et la notoriété de l'organisation et des titres CRHA / CRIA
- Développer et réaliser différents documents et outils de communication électronique, imprimés et Web visant à informer les différentes cibles des produits et services de l'Ordre (vidéos, guides, outils, dépliants, publicités, bannières Web, présentations, rapport annuel, Q&A, etc.)
- Coordonner les communications des projets destinés à la relève, au rayonnement de l'Ordre et de la profession, ainsi qu'à la Fondation CRHA.
- Évaluer et coordonner les demandes de partenariats et les commandites, faire la gestion des suivis et s'assurer du respect des ententes.

Formation et exigences

- Baccalauréat en marketing, en communication ou dans un domaine relatif au poste, ou une expérience jugée équivalente
- Plus de 5 années d'expérience à un poste similaire
- Être organisé, rigoureux et faire preuve d'initiative dans son travail
- Démontrer une capacité d'influence et de prise de décision
- Capacité à travailler en équipe et avec des échéanciers serrés
- Avoir une orientation client très développée et d'excellentes aptitudes relationnelles
- Expérience en gestion de projets (atout)
- Maîtriser les médias sociaux et les plateformes publicitaires
- Maîtriser Office et Photoshop
- Excellente maîtrise de la langue française parlée et écrite
- Connaissance de la langue anglaise (atout)

CHARGÉ, CHARGÉE DE PROJETS CONNAISSANCE CONSOMMATEURS

Employeur

La Presse et ses filiales

La Presse, média d'information francophone de référence au Canada, est une institution québécoise indépendante évoluant dans une structure à but non lucratif. Ses contenus se déclinent sur plusieurs plateformes (édition numérique pour tablettes, application mobile et web).

Description du poste

- Agir en tant que gestionnaire de projets : définir, planifier et mener à bien les projets permettant d'augmenter la connaissance de nos clients en veillant à l'atteinte des objectifs et au respect du calendrier
- Suivre et coordonner toutes les étapes de réalisation des projets de recherche : rencontrer les directions d'unités d'affaires, élaboration & programmation des questionnaires ou des guides, gestion du matériel, suivi de la collecte de données, animation des entrevues, vérification et analyse des résultats, rédaction de constats, présentation des résultats aux directions des différentes équipes
- Identifier, planifier, coordonner et présenter les initiatives d'acquisition de données
- Établir et entretenir des relations de confiance avec les équipes internes
- Agir en tant que facilitateur en fournissant des constats (insights) stratégiques digests pour l'ensemble des parties prenantes
- Être à l'affût des nouvelles tendances pouvant avoir un impact sur les produits/offres aux clients, incluant une veille concurrentielle
- Gérer la relation avec les fournisseurs externes ainsi que toutes les étapes des projets qui leur sont confiés

- Appuyer les conseillers publicitaires en émettant des recommandations pertinentes basées sur les performances publicitaires.

Formation et exigences

- Baccalauréat en marketing – maîtrise en marketing (M.Sc.) un atout considérable
- Deux (2) à cinq (5) années d'expérience dans un rôle similaire
- Expérience dans la réalisation d'études quantitatives et qualitatives
- Excellente connaissance des comportements et habitudes de consommation des Québécois
- Bon vulgarisateur : communication (orale et écrite) exceptionnelle
- Être rigoureux, attentif aux détails, minutieux
- Aptitudes avancées pour l'analyse, la rédaction et la gestion multi-projets
- Être doté d'un fort sentiment de responsabilité envers les projets qui lui sont confiés
- Joueur d'équipe, curieux, créatif et dynamique
- Expérience dans une firme de recherche – un atout considérable
- Maîtrise d'un logiciel de traitement statistique des données (SPSS) - un atout
- Connaissance de sources de données externes comme comScore ou Vividata – un atout
- Bilinguisme (français et anglais), tant à l'oral qu'à l'écrit

CHARGE, CHARGÉE DE PROJETS MARKETING

Employeur

Loto-Québec

Vous voulez faire partie d'une organisation qui valorise le travail d'équipe et offre des défis stimulants ? Choisissez La Société des bingos du Québec, une filiale de Loto-Québec dont le mandat consiste à développer et à commercialiser des produits de bingo en réseau ainsi qu'un nouveau jeu collectif, le Kinzo, au bénéfice d'organismes à but non lucratif.

Description du poste

Relevant de la directrice du marketing, le ou la titulaire de ce poste est responsable de la mise en œuvre des stratégies de promotion, de publicité et de mise en marché de nouveaux produits en réseau (bingo et Kinzo) et des améliorations aux jeux existants. Il ou elle communique les diverses activités marketing aux responsables de salles et à la clientèle, par différents supports. Il ou elle assure le support aux gestionnaires Kinzo pour la mise en place d'activités de marketing local. Il ou elle doit notamment :

- Concevoir, développer et exécuter des activités promotionnelles et publicitaires reliées au bingo en réseau et au Kinzo en tenant compte des particularités des produits, du réseau de salles participantes et de la réglementation
- Contribuer à la mise en marché des nouveaux produits de bingo en réseau et de Kinzo ainsi que voir aux améliorations des produits existants
- Communiquer toutes activités promotionnelles et publicitaires, lancements de nouveaux produits ou toutes autres activités commerciales concernant le bingo en réseau aux responsables de salles ainsi qu'à la clientèle
- Supporter les gestionnaires de salles Kinzo pour la mise en place d'activités de marketing local dans leur marché

- Commander et gérer l'inventaire des articles promotionnels liés aux activités commerciales et événements

Formation et exigences

- Baccalauréat en marketing ou dans un autre domaine pertinent
- Minimum de 3 années d'expérience pertinente
- Bonne connaissance des logiciels Word, Excel et PowerPoint
- Bonne connaissance du type de consommateur et du marché cible
- Expérience en promotion et en publicité (un atout)
- Habilité à communiquer verbalement et par écrit
- Esprit d'analyse et de synthèse
- Créativité
- Esprit d'équipe
- Autonomie
- Jugement
- Souci du détail

CHEF DE PROJETS MARKETING WEB ET E-COMMERCE

Employeur

Webjonction Inc.

Webjonction se spécialise dans l'entrepreneuriat et dans la direction de projets e-commerce et de communication Web pour la moyenne et la grande entreprise. Nous comptons parmi nos clients des organisations qui se démarquent par leur ambition et leur réussite commerciale. Notre équipe de spécialistes et de coordonnateurs intègre les équipes de nos clients pour aligner la pensée stratégique, provoquer la décision et livrer des projets Web de qualité, en maximisant les talents impliqués et les budgets disponibles.

Webjonction prend plus d'expansion tant chez ses clients actuels et que dans de nouveaux comptes. Nous sommes actuellement à la recherche d'un(e) chargé(e) de projet marketing Web et e-commerce. Le ou la candidat(e) assurera la gestion d'un projet e-commerce ambitieux en plus de superviser des projets de communications Web.

Description du poste

Sous la supervision du Président directeur-général, la personne devra :

- Gérer les campagnes marketing Web entourant l'activation de sites e-commerce
- Assurer la planification et le suivi de projets Web et de présentations interactives
- Coordonner l'affectation des ressources d'une équipe de cinq à sept personnes
- Coordonner les activités de gestion de contenu et d'envois de courriels
- Coordonner les relations avec les agences

- Coordonner la préparation de rapports de performance (Analytique du trafic, de la performance des différents leviers marketing Web) et interpréter les résultats
- Participer à la préparation d'offres de services et de documents de planification stratégique
- Gérer la refonte de la présence Web de Webjonction

Formation et exigences

- Baccalauréat ou diplôme d'études en affaires électroniques, en marketing, communication ou autre domaine connexe
- Un minimum de 2 ans d'expérience dans un poste similaire
- Très bonne capacité de gestion de projet
- Très bonne connaissance du marketing Web et passion pour les tendances innovantes
- Très bonnes connaissances dans la gestion de campagnes marketing et de contenus Web ainsi qu'une bonne connaissance des réseaux sociaux
- Connaissance de base dans le design centré utilisateur
- Connaissance de base des environnements technologiques standards (CMS et plateformes de commerce électronique)
- Excellente capacité de rédaction et bilinguisme (français/anglais) à l'oral et à l'écrit
- Maîtrise des outils PowerPoint et Excel
- Bonne connaissance des outils de gestion de projet et des environnements de collaboration, un atout
- Capacité de travailler dans une équipe multidisciplinaire
- Capacité à se déplacer sur le territoire de Montréal et des environs
- Bon leadership et sens de l'initiative dans la gestion du quotidien
- Sens de l'organisation et de gestion des priorités
- Attitude positive et présentation professionnelle, ambition
- Agilité face au changement

CONCEPTEUR-REDACTEUR, CONCEPTRICE-REDACTRICE

Employeur

Laura Canada

Description du poste

La personne est responsable de la création de communications de marketing convaincantes qui correspondent à la marque, tant pour l'interne que l'externe. Elle fait la promotion de nos marques, selon la clientèle cible, en atteignant les objectifs de l'entreprise et les buts des demandeurs.

Fonctions :

- Rédige, principalement en anglais et parfois en français, des communications de marketing hautement efficaces et ciblées pour l'interne et l'externe en démontrant une grande créativité, de la passion et un engagement envers la clientèle
- Collabore avec l'équipe du marketing pour déterminer la direction conceptuelle et rédactionnelle de la valorisation des marques et des initiatives publicitaires
- Collabore au développement du contenu rédactionnel du site Web
- S'assure que tous les textes créatifs, éditoriaux et sur les produits font la promotion des marques afin d'atteindre les objectifs de ventes
- Interagit avec les équipes des techniques marchandes et les informe des problèmes relatifs au contenu
- Collabore avec les équipes des techniques marchandes pour déterminer les caractéristiques et les descriptions saisonnières des produits
- Travaille avec les graphistes pour s'assurer que le ton et le style du texte conviennent au ton et au style de l'image
- Rédige et révise le contenu des sites Web de Laura Canada
- Révise les communications des autres membres de l'équipe

- Respecte toutes les politiques et procédures actuelles et nouvelles de l'entreprise (ex. : prévention des pertes, santé et sécurité et ressources humaines)

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication, en journalisme ou tout autre domaine connexe pertinent
- 3 années d'expérience à titre de rédacteur publicitaire, de préférence dans la vente au détail
- Compréhension du domaine de la mode, un atout
- Excellentes connaissances de Microsoft Office
- Connaissance des logiciels InDesign, Adobe Illustrator et Photoshop
- Aptitudes exceptionnelles en rédaction, y compris la capacité de rédiger dans une gamme de registres et de styles pour divers projets et auditoires
- Grande connaissance de la grammaire, de l'orthographe et de la ponctuation
- Bon sens de l'organisation
- Entregent
- Bilinguisme

CONSEILLER, CONSEILLERE — ALLIANCES D’AFFAIRES ET COMMANDITES

Employeur

Fondation du cancer du sein du Québec

La Fondation du cancer du sein du Québec est un organisme de bienfaisance créé en 1994 par des femmes souhaitant venir en aide aux personnes atteintes de cancer du sein et leurs proches.

Description du poste

Relevant du vice-président, développement, le ou la conseiller(ère), alliances d'affaires et commandites, sera responsable du développement et de la mise en place de stratégies visant à accroître les revenus de la Fondation issus du secteur des affaires. Elle travaillera en étroite collaboration avec les autres membres de l'équipe du développement et de la Fondation afin d'arrimer sa contribution avec les besoins de l'organisation.

Volet développement :

- Participer au développement et à l'exécution du plan stratégique de la Fondation afin d'atteindre les objectifs de collecte de fonds fixés
- Mettre en place un plan visant à reconnaître et fidéliser les partenaires
- Participer à agrandir et diversifier le réseau de contacts et de partenaires potentiels de la Fondation
- Garder un œil global sur toutes les relations entre la Fondation et ses partenaires. Assurer la cohérence, la rigueur et saisir les opportunités
- Élaborer et rédiger des lettres, des plans, des présentations, des propositions et toute autre documentation pertinente
- Développer un programme de visibilité unique, créatif, efficace et équitable visant à faire rayonner l'implication des entreprises partenaires et à en

attirer d'autres : faire preuve d'innovation en adoptant des moyens technologiques ou non conventionnels

- Coordonner la rédaction des contrats avec les services juridiques, communiquer leurs contenus aux personnes d'intérêt et assurer le respect des engagements qui en font l'objet
- Évaluer et proposer les opportunités à diversifier l'implication des partenaires en créant une offre globale ainsi que tisser des liens avec leurs réseaux pour favoriser les alliances multi entreprises
- Utiliser la base de données sur une base quotidienne et y entrer les contacts, l'information échangée et les suivis requis
- Représenter la Fondation auprès de certaines entreprises ou lors d'événements de réseautage jugés pertinents

Volet alliances d'affaires :

- Contribuer à la croissance de Achetez Rose, soit le portefeuille de revenus lié aux ventes de produits par des tiers au profit de la Fondation
- Évaluer la pertinence de maintenir une Boutique Rose constituée d'une gamme de produits officiels de la Fondation et, le cas échéant, contribuer à identifier les produits qui en feront partie
- Assurer le maintien d'excellentes relations d'affaires avec les entreprises partenaires et formuler des propositions quant au renouvellement et à l'évolution de nos ententes, et ce, dans une optique gagnant-gagnant
- Contribuer à bonifier ou à aligner les stratégies marketing et publicitaires des grands partenaires afin de maximiser le succès de leurs campagnes promotionnelles au profit de la Fondation
- Assurer le respect de l'image de marque et du positionnement de la Fondation dans toutes les activations de partenariats

Volet commandites :

- Soutenir les membres de l'équipe responsable des événements dans leur recherche de commanditaires avec l'objectif de réduire les coûts

- Intégrer les commanditaires d'événements, en argent ou en produits et services, dans la stratégie globale de gestion et de reconnaissance des partenariats

Volet Course à la vie CIBC :

- Assister la chef de projet, Course à la vie CIBC, dans le développement de stratégies visant à fidéliser les équipes d'entreprises et soutenir leurs efforts de collecte de fonds
- Identifier une liste d'entreprises à solliciter pour participer à la course et orchestrer la sollicitation et les présentations en entreprise

Formation et exigences

- Diplôme universitaire en communication, marketing, administration des affaires ou tout autre domaine connexe
- Expérience pertinente en développement des affaires, recherche de commandites et marketing
- Compréhension des réalités des secteurs corporatif et philanthropique
- Être un joueur d'équipe, faire preuve d'initiative, d'autonomie et d'entregent
- Savoir gérer plusieurs projets simultanément et travailler sous pression
- Avoir un sens aigu de l'organisation
- Détenir des habiletés de négociation et de fortes habiletés rédactionnelles : rédiger pour convaincre
- Pouvoir se déplacer sur les territoires de Montréal, Québec et Sherbrooke
- Bilingue essentiel

CONSEILLER, CONSEILLÈRE EN COMMUNICATION

Employeur

Ville de Saint-Bruno-de-Montarville

Description du poste

Sous l'autorité de la directrice des communications :

- Assurer un rôle d'experte-conseil ou expert-conseil et de personne-ressource dans le choix et l'application des méthodes et techniques de communication et dans l'élaboration de stratégies de communication pour les dossiers en lien avec d'autres directions de la Ville
- Concevoir et proposer des stratégies de communication à privilégier selon la nature des dossiers (communication marketing, affaires publiques et communication interne)
- Veiller à l'enrichissement des différentes plateformes de communication (sites web, imprimés, médias sociaux, etc.)
- S'assurer de transmettre toutes les informations pertinentes et nécessaires et contribue à préparer la stratégie de communication selon la nature des dossiers
- Analyser la couverture médiatique et conseille les intervenants sur les stratégies appropriées à ce sujet
- Rédiger des allocutions, argumentaires, communiqués, articles, textes de brochures ou dépliants, feuillets d'information, publications Web et médias sociaux, destinés à des publics internes et externes et devis relatifs à son domaine d'activité
- Planifier et organiser des événements internes, publics et médiatiques
- Assurer la gestion des différentes publicités et promotions avec la presse écrite et numérique

- Collaborer au maintien de l'image de la Ville, s'assurer du respect des normes graphiques
- Appuyer son supérieur, à la planification annuelle des activités, à des séances de remue-méninges quant aux orientations et projets majeurs de la Ville, à l'établissement des objectifs de communication, à l'élaboration de procédures et à la mise en œuvre de projets et de travaux en communication

Formation et exigences

- Baccalauréat en communications ou baccalauréat acquis par un cumul de certificats spécialisés en communications
- De quatre (4) à moins de cinq (5) années d'expérience
- Connaissance du domaine municipal (atout)
- Excellente maîtrise de la langue française
- Aptitudes à rédiger rapidement avec synthèse et vulgarisation
- Habileté à travailler avec une variété d'intervenants
- Capacité à gérer plusieurs dossiers simultanément et à travailler avec de courts délais
- Faire preuve de rigueur et de discrétion dans le traitement de certains dossiers et projets
- Connaissance et utilisation de la suite Office et des réseaux sociaux
- Sens aigu du service à la clientèle
- Sens de l'organisation
- Bon jugement et diplomatie
- Adaptabilité, autonomie et débrouillardise
- Capacité d'analyse et de synthèse
- Esprit d'équipe, dynamique et créatif
- Capacité à gérer le stress et à travailler sous pression.

CONSEILLER, CONSEILLÈRE EN COMMUNICATION

Employeur

Université de Montréal - Faculté des sciences infirmières

La Faculté des sciences infirmières de l'Université de Montréal offre des programmes en français, du premier au troisième cycle. Ces différents programmes préparent les étudiantes et étudiants à prodiguer un soin de qualité à leurs patients, à la pratique infirmière avancée, à l'enseignement supérieur et à la recherche.

Description du poste

Relevant de l'adjointe à la doyenne, recrutement et communication, la personne titulaire de ce poste est responsable d'élaborer, développer, et mettre en œuvre des stratégies innovantes de campagnes de communications, de marketing et de positionnement de la Faculté des sciences infirmières afin d'assurer sa notoriété et sa visibilité :

- Conseiller et adapter la stratégie/l'approche communicationnelle en fonction des besoins des interlocuteurs et des différents publics-cibles (Clientèle étudiante, personnels administratifs, personnel enseignant, comités, organismes externes, diverses instances et directions de l'université et de la faculté, etc.)
- Effectuer une veille continue dans son domaine d'expertise afin d'actualiser ses approches marketing et ses méthodes communicationnelles en plus de faire le balisage de marché
- Concevoir des nouvelles stratégies de marketing et de promotion et faire les plans de communications qui y sont associés à l'attention tant de la clientèle étudiante que des infirmiers et infirmières
- Concevoir, rédiger et mettre à jour les contenus informatifs et les formats communicationnels et prendre en charge la réalisation du matériel

promotionnel pour les activités de la Faculté et de diffusion des connaissances

- Développer et appliquer les stratégies de marketing Web et de médias sociaux visant à animer et diversifier les communautés d'intérêts et définir les meilleurs outils, plateformes et stratégies de communication et de marketing et être en mesure d'analyser et d'interpréter les résultats ainsi que le retour sur les investissements des stratégies déployées
- Fournir une expertise-conseil de pointe à l'équipe en matière de communication et de rédaction promotionnelle et participer aux réunions pour le développement de nouveaux projets de communication/recrutement et pour leur déclinaison sur différents supports
- Alimenter les médias sociaux et à réaliser tout autre projet en lien avec les diverses activités de communication et de recrutement tels que l'organisation d'évènements, cocktails, colloques, portes ouvertes, relations avec l'Ordre professionnel, ou tout autre activité jugée pertinente

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication, en marketing ou dans une discipline jugée pertinente. Maîtrise (un atout)
- Minimum de 3 années d'expérience pertinente
- Aptitudes en rédaction de texte avec une excellente maîtrise du français écrit et parlé
- Bonne connaissance des outils de communication WEB, dont Typo3
- Connaissance avancée des logiciels bureautiques (Word, Excel, Power Point, Access, Internet)
- Connaissance avancée des logiciels d'édition (Adobe InDesign, Dreamweaver, etc). et/ou Connaissance de la suite Adobe Creative (Photoshop et Illustrator) et logiciels similaires de création graphique
- Connaissance avancée des médias sociaux
- Connaissance des approches de marketing de contenu

CONSEILLER, CONSEILLERE EN COMMUNICATION MARKETING

Employeur

HEC Montréal

Le Service aux diplômés et la Fondation HEC Montréal travaillent en étroite collaboration dans le but d'attirer et fidéliser une même clientèle cible, soit les diplômés HEC Montréal.

Description du poste

Relevant du Directeur, Service aux diplômés, le ou la conseiller(ère) en communication marketing est responsable d'élaborer et de mettre en œuvre des stratégies et des plans de communications marketing afin de soutenir les orientations des Services aux diplômés et de la Fondation HEC Montréal. Plus spécifiquement, il ou elle :

- Conçoit et élabore des plans de communication marketing innovateurs, originaux et intégrés en optimisant l'utilisation du marketing numérique
- Consulte et travaille de concert avec la Direction des technologies de l'information, le Service des communications, dont le Studio de Design, et les communications électroniques pour un alignement, une synergie et une efficacité optimale des efforts de communication
- Encadre le personnel de sollicitation dans leurs activités de communication en lien avec le télémarketing, e-marketing, activités de collecte de fonds, etc.
- Supervise l'ensemble des activités liées à la conception et à la réalisation de matériel et d'outils d'information électroniques et traditionnels
- Collabore à la rédaction de différents documents : textes, rapports d'activités, infolettres, procédures, sondages de satisfaction, etc.
- Participe et coordonne les activités des comités marketing, donne les suites relevant de sa compétence et assure le suivi des décisions prises

- Établit des liens dans le cadre des campagnes de promotion des activités de la Fondation HEC Montréal et du Service aux diplômés
- Participe aux activités organisées par le Service aux diplômés et par la Fondation HEC Montréal dans le but d'ajuster et bonifier les stratégies de communication, et ce, hors des heures régulières
- Est à l'affût des tendances, nouveautés et meilleures pratiques en communication marketing permettant de rejoindre les clientèles ciblées et les moyens de diffusion pertinents pour les rejoindre
- Identifie les indicateurs de performance, compile les données statistiques, et évalue l'efficacité des campagnes promotionnelles, en vue d'orienter les activités et d'optimiser l'utilisation des budgets

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication, en marketing ou dans une discipline appropriée
- Cinq ans d'expérience de travail pertinente en communication marketing
- Expérience valable en coordination d'équipe de travail et gestion de projets transversaux
- Bonne connaissance des nouvelles technologies Web en communication
- Excellente capacité de rédaction et communication (français et anglais)
- Connaissance des techniques d'imprimerie, d'édition, de photographie et d'infographie
- Connaissance dans le domaine de la philanthropie, un atout
- Connaissance du système d'éducation et du milieu universitaire, un atout

CONSEILLER, CONSEILLERE EN COMMUNICATIONS ET MARKETING

Employeur

Financière Sun Life

Description du poste

Le ou la conseiller(ère) en communications et marketing travaille en collaboration avec les différents partenaires d'affaires et les conseillers du réseau de carrière (RDC) afin de bien comprendre leurs objectifs commerciaux. Il ou elle offre son expertise pour faire en sorte d'atteindre les clients ciblés dans le marché du Québec tout en adoptant le ton, le style et le contenu appropriés et en s'alignant sur la stratégie de la Financière Sun Life au Québec. Ce poste relève du chef de service, marketing, assurances et placements individuels.

Responsabilités principales :

- Agir à titre de consultant auprès des conseillers pour les demandes de projets qui comportent des éléments de marketing qui ne cadrent pas dans les modèles existants
- Mettre à jour le matériel marketing personnalisé qui est actuellement accessible aux conseillers
- Exécuter des plans promotionnels de marketing intégrés, notamment rédiger, réviser et diriger de façon créative des initiatives marketing
- Gérer les processus d'approbation et de production des documents imprimés et numériques afin de contribuer à la différenciation, à l'engagement, à la fidélité et aux ventes, conformément aux stratégies de la Financière Sun Life et de la division de l'individuelle
- Produire des documents sans faute et des communications marketing de grande qualité qui sont clairs, concis, adaptés aux consommateurs québécois et qui respectent le style rédactionnel, le langage simple ainsi que les principes et la stratégie liés à la marque de la Financière Sun Life

- Veiller à ce que les initiatives et le matériel de marketing reflètent la marque, l'image, le client et le marché et qu'il satisfait aux lignes directrices en ce qui a trait aux questions juridiques et au contrôle de la conformité
- Consulter les partenaires clés et recommander les approches et les instruments appropriés pour assurer la réalisation des objectifs de l'entreprise et ceux du marketing
- Collaborer avec les autres membres de l'équipe du marketing de l'individuelle à toutes les étapes des projets afin que le produit final soit impeccable, efficace et réponde aux besoins des partenaires d'affaires
- Coordonner les événements en collaboration avec les centres financiers et agir à titre de personne-ressource (expert)

Formation et exigences

- Diplôme universitaire en marketing ou autre discipline pertinente
- Expérience minimale de trois à cinq ans en communications et marketing
- Expérience en organisation et gestion d'événements
- Excellente plume dans les deux langues (français-anglais)
- Connaissance du secteur financier (atout)
- Forte capacité de planification et d'analyse
- Bonne capacité à gérer des échéanciers serrés
- Souci du détail, autonomie et bon jugement
- Sens des priorités et de l'organisation
- Capacité de gérer plusieurs projets à la fois
- Attitude novatrice dans la résolution de problèmes et la mise en place du changement
- Capacité de contribuer de façon positive à un environnement d'équipe dynamique

CONSEILLER, CONSEILLÈRE EN MARKETING ET COMMUNICATIONS

Employeur

PetalMD

Fondée à Québec en 2010, PetalMD est une entreprise composée d'une équipe de près de 175 passionnés ayant développé des outils de productivité innovateurs destinés aux professionnels de la santé. Messagerie sécurisée, rendez-vous en ligne, gestion d'horaires, facturation médicale et console hospitalière : le tout sur iOS, Android et notre application en ligne!

Description du poste

Relevant de la Vice-Présidente Marketing, tu travailleras en étroite collaboration avec les équipes de marketing, de produit et de ventes :

- Collaborer avec l'équipe de marketing de produit afin de créer et réaliser des plans de marketing de contenu stratégiques et à valeur ajoutée
- Développer un roadmap de contenu marketing convaincant pour engager les clients potentiels et existants, y compris des présentations, webinaires, livres blancs, etc.
- Créer du contenu marketing numérique exclusif, original et de qualité (texte, photo et vidéo) et en assurer la diffusion et la gestion sur l'ensemble de nos médias sociaux
- Développer et mettre en œuvre les calendriers de diffusion de contenu marketing numérique
- Gérer et entretenir les différents sites web corporatifs
- Rédiger, réviser des brochures, des infolettres, des présentations, du contenu pour le web et autres médiums
- Préparer et mettre en page le matériel requis pour la force de vente
- S'assurer que le matériel de communication interne et externe soit pertinent et à jour

- Effectuer la gestion du contenu marketing : banque d'images, visuels publicitaires, contenu promotionnel, etc.
- Veiller à la bonne utilisation de l'image de marque dans toutes les communications et publicités
- Recueillir des informations sur les clients et les concurrents afin de comprendre quel contenu résonne sur le marché
- Participer à la gestion des événements et des projets promotionnels

Formation et exigences

- Un baccalauréat en marketing, en administration ou dans tout autre domaine pertinent au poste
 - 2 à 5 ans d'expérience en marketing de contenu
 - Une connaissance du secteur SaaS et/ou santé (atout majeur)
 - Des connaissances approfondies des médias traditionnels, numériques et sociaux, des blogues, du référencement naturel, du marketing des moteurs de recherche, etc.
 - Une connaissance pratique des outils de diffusion d'annonces
 - Connaissance de Hubspot (atout)
 - Bilinguisme anglais/français oral et écrit - obligatoire
 - Excellentes aptitudes en communication, tant à l'oral qu'à l'écrit
- Intérêt envers le communautaire et les services aux jeunes familles

CONSEILLER, CONSEILLÈRE EN MARKETING, COMMUNICATION ET MÉDIAS SOCIAUX

Employeur

Daily tous les jours

Daily tous les jours est un studio d'art et de design basé à Montréal. Nous créons des expériences collectives dans l'espace public. Au cours des dix dernières années, le studio a signé plus de 40 créations originales dans plus de 30 villes du monde. Notre travail invite les humains à jouer un rôle critique dans la transformation de leur environnement et à construire des villes plus résilientes.

Description du poste

- En collaboration avec l'équipe de direction, développer une stratégie de communication et marketing (web, médias sociaux, infolettres, vidéos etc.)
- Élaborer un calendrier éditorial de publications sur les réseaux de Daily
- Rédiger et produire du contenu pour l'ensemble des outils numériques (infolettre, médias sociaux, site web, etc.) en français et anglais
- Gérer les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn)
- Analyser les résultats et retombées des actions numériques et du site web à l'aide d'outils d'analyse comme Google Analytics
- Apporter du soutien aux relations publiques, comme rédiger des communiqués de presse et autres communications marketing, en français et anglais
- Mise à jour du site web (Wordpress), optimiser le référencement (SEO)

Formation et exigences

- Formation universitaire en communication ou équivalent
- Minimum de 2 ans d'expérience en communication et en rédaction
- Esprit d'initiative, curiosité intellectuelle, créativité, proactivité et minutie

- Connaissance et expérience marquée du web et des médias sociaux
- Excellente maîtrise du français et de l'anglais, à l'oral et à l'écrit
- Connaissance des outils suivants, un atout: Google Analytics, SurveyMonkey, MailChimp, Wordpress, Drive, Teamwork
- Connaissance du logiciel InDesign: un atout de taille

CONSEILLER, CONSEILLERE EN MARKETING INTERACTIF

Employeur

Ski Bromont

Description du poste

Vous connaissez l'univers du marketing, mais avez découvert que votre vraie passion, c'est le Web? Vous souhaitez développer vos compétences tout en participant à l'élaboration et la croissance du marketing interactif de Ski Bromont? Voici une opportunité qui se fait rare! Joins-toi à notre équipe et reçois une formation faite sur mesure afin de développer ton plein potentiel en marketing interactif!

Le ou la titulaire du poste élabore et planifie des stratégies en marketing interactif visant à générer plus de trafic, à améliorer l'expérience utilisateur et à augmenter les ventes sur le site transactionnel et le site physique de Ski Bromont. En collaboration avec les membres de l'équipe marketing, il ou elle assure le développement, l'organisation et la coordination du site Internet, des outils interactifs, des médias sociaux et des campagnes Web. La personne développe et établit des alliances stratégiques. De plus, le ou la titulaire du poste assiste l'équipe marketing dans l'atteinte des objectifs du service. Il ou elle contribue également à faire en sorte que l'identité de marque se distingue et s'assure d'optimiser la visibilité de Ski Bromont sur les moteurs de recherche.

Formation et exigences

- Diplôme universitaire de 1er cycle en marketing, communication ou multimédia
- 2 ans d'expérience en implantation de stratégies de marketing digital
- Passionné(e) par le marketing interactif et les nouvelles technologies
- Habiletés en communication orale et écrite, autant en français qu'en anglais
- Aptitude en gestion de projets
- Bonne connaissance de Google Analytics et autres outils d'analyse d'achalandage
- Connaissance des logiciels et langages de programmation SEO, Adobe CS5 Web, FTP, HTML5, CSS3 et JavaScript
- Connaissance des environnements Web transactionnels (un atout)
- Capacité à travailler en équipe
- Habileté à influencer ses pairs, synthétiser et vulgariser ses idées, notamment auprès des clientèles moins familières avec le marketing numérique

CONSEILLER, CONSEILLÈRE RECHERCHE MARKETING

Employeur

Énergir

Description du poste

Relevant du Chef de service stratégie marketing, la personne titulaire sera responsable du volet recherche marketing qui vient orienter et soutenir l'élaboration de stratégies dans les différents marchés qui sont à protéger ou croître.

Réaliser des études quantitatives et qualitatives, parfois en collaboration avec des firmes de recherche marketing externes. Ces études toucheront autant des influenceurs, des collaborateurs internes, des partenaires d'affaires, la clientèle actuelle que la clientèle potentielle d'Énergir, et ce, pour tous les marchés (résidentiel, affaires et très grandes entreprises) ;

- À titre d'expert en recherche marketing, bien cerner les problématiques soumises pour proposer une méthodologie de recherche ou préparer des analyses robustes et bien documentées
- Coordonner, analyser et présenter les résultats et recommandations de différents sondages de satisfaction de la clientèle, mesures perceptuelles et efficacité publicitaire
- Préparer les listes de ciblage alignées avec les besoins d'affaires
- Consolider, en collaboration avec les chefs de marché, les résultats de ces différents sondages, études et analyses afin de développer des stratégies porteuses qui permettront à l'entreprise de protéger et faire croître sa clientèle
- Reconnaître et définir les tendances de marché, les opportunités d'affaires ou les menaces afin de fournir des recommandations (technologies, cibles, messages) contribuant à l'orientation des actions marketing (campagnes marketing, promotions, positionnement d'entreprise, etc.) de l'entreprise

Formation et exigences

- Baccalauréat et/ou maîtrise en marketing ou autre domaine pertinent (intelligence d'affaires, sciences sociales, etc.)
- Minimum de 3 à 5 années d'expérience pertinente en recherche marketing principalement
- Excellente connaissance en recherches qualitatives et quantitatives ainsi qu'en analyse statistique
- Connaissance des nouvelles méthodes de recherche (Web, médias sociaux, etc.)
- Fortes habiletés de développement de stratégies porteuses issues des recherches et analyses
- Esprit de synthèse et capacité à vulgariser et consolider l'information
- Capacité à travailler sur plusieurs dossiers en simultané et gérer les priorités
- Faire preuve de collaboration et excellente aptitude au travail en équipe multidisciplinaire
- Leadership, rigueur et autonomie
- Bonne maîtrise des logiciels de la suite MS Office, particulièrement Excel pour le traitement de données ainsi que le logiciel SPSS
- Excellentes aptitudes de communication orale et écrite en français
- Niveau d'anglais intermédiaire à avancé

CONSEILLER, CONSEILLÈRE — ÉVÉNEMENTS

Employeur

Manufacturiers et exportateurs du Québec

Manufacturiers et exportateurs du Québec (MEQ), une division des Manufacturiers et exportateurs du Canada, est une association d'affaires ayant pour mission la promotion des intérêts des entreprises manufacturières et exportatrices du Québec. Les cinq piliers de notre action sont les suivants : représentation politique, information stratégique, occasions d'affaires, meilleures pratiques et réseautage. L'association cible ses interventions en fonction des cinq enjeux prioritaires que sont :

- La compétitivité du secteur manufacturier
- Les relations avec les États-Unis
- Les marchés internationaux
- Le capital humain et les compétences
- L'énergie et l'environnement

Description du poste

Responsabilités :

- Concevoir un ensemble d'activités selon un plan et les intégrer stratégiquement à la programmation annuelle
- Maintenir à jour un calendrier d'activités
- Maintenir à jour les plans de commandites associés aux événements et autres services
- S'assurer de la qualité de la base de données et de l'efficacité des outils disponibles permettant la réussite des activités et la satisfaction des membres
- Assurer le succès financier de chaque activité notamment par l'apport de commandites

- Établir les processus assurant le succès des événements : définition de la clientèle, envois, suivis, promotion, etc.
- Collaborer avec les responsables des communications et du marketing pour que les communications liées aux activités soient réalisées et diffusées à temps
- Développer les communications liées aux événements en collaboration avec le service des communications
- Développer et maintenir le programme de commandites MEQ
- En collaboration avec la direction, définir des plans de commandites pour les activités et les partenariats de MEQ
- Rechercher de commandites pour toutes les activités au programme
- Assurer la coordination avec le bureau national pour certaines commandites
- Assurer le lien et les suivis des commandites (visibilité et privilèges) avec les commanditaires et partenaires de l'Association
- Recruter des conférenciers et présentateurs pour les événements

Formation et exigences

- Formation universitaire ou toute autre combinaison de formation et d'expérience pertinente
- Expérience de 4 à 5 ans en commandites, événements (vente de commandites, développement d'une programmation annuelle, recrutement de conférenciers et définition des thèmes des activités)
- Connaissance du milieu manufacturier et des affaires (atout)
- Excellent français et très bon niveau d'anglais requis (parlés et écrits)
- Initiative, leadership, esprit entrepreneurial, orienté(e) résultats

CONSEILLER, CONSEILLÈRE RECHERCHE MARKETING

Employeur

K72

K72 est une agence modulaire. Un regroupement de talents qui change en fonction de chaque projet dans une vision de perspective pluridisciplinaire : communications marketing, stratégie, publicité, design, identité de marque et tout ce qui gravite autour.

Description du poste

Le conseiller aura la responsabilité de coordonner le déploiement des stratégies et tactiques de ses clients. C'est à lui que revient la responsabilité de mobiliser les ressources internes et externes, afin de déployer efficacement les différentes initiatives marketing et ce, pour tous les canaux. Ses activités comprennent le conseil au quotidien à ses clients en ce qui a trait au déploiement de leurs activités marketing, la supervision et la gestion des processus de réalisation, incluant la vigilance stratégique qui permet une livraison adéquate. Au quotidien, avec l'équipe de K72, il gère les marques, supervise le développement de contenu et de messages-clés nécessaires à la production des activités marketing (production télé, imprimés, événements, publicité au lieu de vente, promotion, marketing direct, site, microsites Web et outils numériques)

Plus précisément, ses tâches principales seront :

1. La supervision du déploiement des activités de communication, à savoir, après le briefing des ressources créatives par le planificateur stratégique, voir à l'encadrement du développement créatif, la présentation aux clients internes, la gestion de l'ensemble des tâches liées à la révision puis à la production desdites activités de communication (incluant la sélection, le

- briefing et la supervision des différents fournisseurs à impliquer) et la création de post-mortem pour les activités-clés
2. Spécifiquement, la supervision des activités de production publicitaires
 3. L'établissement, le maintien et le développement d'une relation de travail fructueuse avec ses clients
 4. L'encadrement de partenaires externes qui s'assureront de la livraison d'une expérience de marque uniforme pour ses clients
 5. La gestion du budget et des échéanciers des projets qui lui sont confiés
 6. Une contribution au développement de l'agence

Formation et exigences

- Baccalauréat et/ou maîtrise en marketing ou autre domaine pertinent (intelligence d'affaires, sciences sociales, etc.)
- Minimum de 3 à 5 années d'expérience pertinente en recherche marketing
- Excellente connaissance en recherches qualitatives et quantitatives ainsi qu'en analyse statistique
- Connaissance des nouvelles méthodes de recherche (Web, médias sociaux, etc.)
- Fortes habiletés de développement de stratégies porteuses issues des recherches et analyses
- Esprit de synthèse et capacité à vulgariser et consolider l'information
- Capacité à travailler sur plusieurs dossiers en simultané et gérer les priorités
- Faire preuve de collaboration et excellente aptitude au travail en équipe multidisciplinaire
- Leadership, rigueur et autonomie
- Bonne maîtrise des logiciels de la suite MS Office, particulièrement Excel pour le traitement de données ainsi que le logiciel SPSS
- Excellentes aptitudes de communication orale et écrite en français
- Niveau d'anglais intermédiaire à avancé

CONSEILLER, CONSEILLÈRE — MARKETING ET COMMUNICATIONS

Employeur

Groupe Robin

Promoteur, constructeur et gestionnaire immobilier de la Rive-Sud de Montréal.

Description du poste

Se rapportant au directeur administratif, le ou la titulaire du poste développe les plans de marketing, met en œuvre des programmes de promotion et réalise les activités stratégiques de marketing et de communications externes qui répondent au plan stratégique et aux objectifs d'affaires de chaque affiliation en visant à accroître la notoriété et image de marque du Groupe Robin.

Principales responsabilités :

- Conseiller, supporter et assister les directeurs généraux des institutions affiliées dans la réalisation de leurs mandats respectifs en marketing
- Développer des ententes de partenariats et négocier les devis et contrats
- Procéder à l'analyse des retombés et des résultats et faire les recommandations appropriées
- Planifier et superviser la production d'outils communicationnels (magazine, encarts, publicités, brochures, etc.)
- Être le (la) gardien(ne) des normes graphiques et messages (textes, données, communications) diffusés à l'externe
- Rédiger divers documents liés aux activités de l'organisation (communiqués, annonces, documents corporatifs, mises en candidature)
- Organiser les activités et événements de relations avec la clientèle (portes ouvertes, événements et partenariats)
- Assurer la maintenance des sites Web et optimiser le référencement
- Mettre en place des campagnes publicitaires ainsi qu'effectuer l'achat et le placement média

- Développer et produire des outils de communication
- Mandater et coordonner les ressources externes (graphistes et/ou agences spécialisées)
- Administrer et effectuer les suivis budgétaires pour chaque affiliation
- Mettre en place et/ou collaborer aux activités de relations publiques (relation de presse, conférence de presse, porte-parole dans le cadre des événements)
- Assurer la coordination des projets tels que le briefing, la création imprimée et Web ainsi que déterminer les échéanciers et étapes de travail requises pour la réalisation de projets, événements ou campagnes
- Mettre en place un système d'information marketing en continu
- Évaluer l'efficacité de campagnes promotionnelles, publicitaires et événementielles et effectuer les recommandations requises (ROI)

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication, marketing ou dans un domaine connexe
- Expérience de cinq ans en coordination de projets et en gestion de budget
- Habiletés et facilité à rédiger divers types de communications, excellente compétence en rédaction, rigueur et souci du détail
- Excellente connaissance de l'Internet, des médias sociaux et des technologies émergentes
- Connaissance des intervenants économiques et touristiques
- Connaissance de base en graphisme, connaissance des procédés d'impression
- Aptitudes à planifier, organiser, diriger et contrôler les projets et facilité à travailler avec plusieurs intervenants internes et externes
- Capacité à gérer plusieurs dossiers simultanément et à travailler sous pression avec de courts échéanciers, sens des priorités
- Autonomie, esprit créatif, sens de l'initiative, bon jugement

- Capacité à communiquer efficacement, facilité à aller vers les gens, sens de l'écoute, bon négociateur, disponible et impliqué
- Excellente maîtrise du français et très bonne organisation du travail
- Suite Microsoft Office, Publisher, Gestionnaire CMS, Google Analytics Photoshop et Illustrator (un atout)

CONSEILLER, CONSEILLERE PUBLICITAIRE — RADIO ET INTERNET

Employeur

FM 103,3

Description du poste

Sous l'autorité de la direction générale, le ou la titulaire du poste élabore et présente auprès d'annonceurs des concepts de ventes publicitaires en conformité avec les orientations et les objectifs de la station.

Pour ce faire, le ou la conseiller(ère) publicitaire est responsable de :

- Présenter des concepts de ventes publicitaires aux annonceurs
- Recruter et développer de nouveaux comptes
- Assurer la gestion du fichier client (Maximizer)
- Réaliser le service auprès de la clientèle
- Négocier des contrats d'échange publicitaire
- Faire le suivi des comptes

Formation et exigences

- Formation en marketing ou l'équivalent
- Connaissance de la Rive-Sud de Montréal
- Expérience en vente publicitaire, un atout
- Autonome, dynamique et sens de l'initiative
- Maîtrise de l'environnement MS Office (Word, Excel et PowerPoint) et Maximizer

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE À LA COMMERCIALISATION DE PRODUITS

Employeur

Miralis

Fabricant d'armoires de cuisines de style contemporain et classique depuis 1976. L'innovation est non seulement au cœur de notre stratégie, elle fait aussi partie intégrante de notre ADN. Ici, l'audace se décline dans toutes les sphères, notamment dans notre développement de produits. Nous avons même un objectif d'innovation de produits : notre promesse 36-2-1

Description du poste

Ce poste est pour toi si tu cherches une première expérience de travail et que tu as soif d'apprendre. Nous sommes une équipe flyée et nous offrons toute la puissance d'une grande organisation structurée, jumelée à l'esprit et la convivialité de la petite entreprise. Le coordonnateur ou la coordonnatrice marketing à la commercialisation de produits relèvera les défis suivants au quotidien :

- Mettre en œuvre la stratégie, faire l'exécution et le suivi des résultats des plans de lancements de produits
- Assurer une veille du marché et être à l'affût des nouvelles tendances marketing ou promotionnelles
- Être connecté.e à notre réseau de clients afin de faire évoluer nos lancements de produits
- Agir comme gardien.ne de notre littérature de produits et être responsable de la bonne communication entourant notre offre
- Rédiger des briefs de communication, tant pour nos partenaires externes, que pour nos équipes internes
- Collaborer étroitement avec la cellule de production d'échantillons dans l'usine pour préparer les lancements

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication, en marketing ou surprends-nous !
- 1 à 3 ans d'expérience (nous voulons t'offrir une première expérience de travail)
- Aime travailler en mode projets
- Esprit vif, créativité et sourire abondant
- Meticuleux et axé sur l'atteinte des résultats
- Sens de l'initiative, curiosité et proactivité
- Polyvalence et versatilité
- Capacité à travailler avec des équipes multidisciplinaires.
- Bonne connaissance de l'anglais

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE DE PROGRAMMES MARKETING

Employeur

Les Producteurs laitiers du Canada

Les Producteurs laitiers du Canada est un organisme national non gouvernemental qui représente les intérêts de plus de 13 000 fermes laitières au Canada et dont l'un des mandats est la promotion des produits laitiers canadiens.

Description du poste

À titre de coordinateur(trice) de programmes marketing, vous serez responsable de la coordination de toutes les étapes liées à l'exécution de programmes promotionnels et publicitaires ainsi que des projets spéciaux, en collaboration avec nos équipes internes, nos agences, nos partenaires et des consultants.

Vous devrez également :

- Rédiger, faire circuler et présenter des rapports périodiques sur les programmes
- En collaboration avec l'équipe Web, intégrer le contenu lié aux programmes promotionnels et publicitaires au site Web et aux microsites
- Participer à la mise à jour et l'amélioration continue du site et des microsites
- Répondre aux questions et autres demandes du personnel, du public, des agences, des consultants ou de tout autre intervenant externe
- Répondre aux demandes d'information provenant des consommateurs et ayant trait aux programmes
- Collaborer avec l'équipe des communications et relations publiques ainsi qu'avec l'équipe de développement de marché et de la nutrition sur toute campagne de communication en lien avec les programmes promotionnels et publicitaires

- Coordonner toutes les étapes de production d'objets promotionnels, selon les besoins
- Contribuer aux publications des PLC ayant trait aux activités marketing
- Assurer la gestion des budgets de programme

Formation et exigences

- Baccalauréat en marketing, publicité ou tout autre domaine connexe, jumelé à un minimum de 2 à 3 ans d'expérience dans des fonctions similaires.
- Expérience de travail en agence de publicité et une bonne connaissance des détaillants canadiens en alimentation sont tous des atouts
- Connaissance de l'industrie laitière et un intérêt marqué pour la bouffe.
- Posséder un niveau avancé d'anglais et de français, de sorte à pouvoir communiquer de manière impeccable tant à l'oral qu'à l'écrit.
- Autonomie et capacité de travailler en équipe
- Capacité de gérer une multitude de dossiers et d'établir vos priorités

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE AUX COMMUNICATIONS ET MARKETING

Employeur

Corporation de l'amphithéâtre de Trois-Rivières

L'Amphithéâtre Cogeco est une salle de spectacle extérieure ayant une capacité de 3 300 sièges et comprenant une esplanade gazonnée pouvant accueillir 5 500 personnes. Il peut accueillir les plus grandes productions locales, nationales ou internationales en période estivale et est un véritable moteur au développement économique et touristique dans toute la région de la Mauricie.

Description du poste

Relevant du directeur général, le ou la coordonnateur(trice) aux communications et marketing aura comme principal mandat de concevoir et d'appliquer les stratégies de communication, de publicité et de promotion de la Corporation de l'Amphithéâtre.

Attributions :

- Développer et mettre en œuvre des stratégies et outils de communication institutionnelle, promotionnelle, événementielle et de relations publiques
- Établir le budget des communications et en assurer le suivi
- Travailler en collaboration avec les autres membres de la Corporation afin de s'assurer de l'intégration et de l'adéquation du discours de l'entreprise
- Participer à la mise en marché de l'Amphithéâtre et mettre en place l'image de marque de la Corporation
- Collaborer à la rédaction des demandes de subvention et du plan de commandites
- Faire l'arborescence du site Internet et s'assurer de la présence de la Corporation sur les réseaux sociaux
- Orchestrer la préparation, le déroulement et le suivi des activités de presse

- Rédiger et réviser différents outils de communication tels que : exposés, discours, rapports, brochures, exposés ou communiqués de presse pour les événements
- Organiser les ateliers, réunions, cérémonies et autres à des fins de publicité et d'information
- Coordonner les différents mandats de traduction, de production graphique et d'impression
- Rédiger et coordonner les bulletins informatisés mensuels
- Coordonner les placements publicitaires et la veille stratégique
- Dresser la liste, faire les invitations et accueillir les VIP des événements
- Prendre des dispositions pour les entrevues et les conférences de presse ainsi que s'occuper de la revue de presse des événements
- Faire le suivi des médias sociaux des événements et mettre à jour les sites Internet des événements
- Collaborer au développement des outils nécessaires pour répondre aux besoins en information de la Corporation en matière de ventes corporatives et de commandites
- Superviser la réalisation de l'ensemble communicationnel requis pour la réalisation de ses dossiers
- Développer les contenus d'information corporative sur Internet
- Rédiger et diffuser les communications aux divers groupes cibles en matière de vente de billets pour les spectacles
- Participer à l'évaluation de toutes les stratégies communicationnelles concernant les ventes de billets pour les spectacles
- Participer au développement de diverses stratégies afin de bonifier l'expérience client dans le cadre de sorties corporatives à l'Amphithéâtre de Trois-Rivières

Formation et exigences

- Diplôme d'études universitaire de premier cycle ou collégial en relations publiques, en communication, en marketing ou dans une discipline jugée pertinente
- Avoir un minimum de deux (2) années d'expérience
- Excellente maîtrise de la langue française, à l'oral et à l'écrit, ainsi que des styles de communication propres aux différents médias sociaux
- Excellente maîtrise de la langue anglaise à l'oral et à l'écrit
- Excellentes aptitudes en communication verbale
- Personne organisée, rigoureuse et minutieuse, sens des responsabilités
- Capacité à structurer, bon esprit d'analyse
- Polyvalence, leadership, autonomie, dynamisme, honnêteté et créativité

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE AUX COMMUNICATIONS

Employeur

PREMIER TECH

Leader d'envergure internationale, appuie ses succès sur l'innovation, le travail d'équipe et la compétence de ses équipiers à travers le monde. Vous faites preuve de leadership et animé par l'expérience client? Joignez l'équipe Premier Tech et contribuez à sa croissance d'affaires !

Description du poste

À titre de Coordonnateur(trice) communications au sein du Groupe Équipements industriels qui développe, fabrique et commercialise des équipements de haute technologie, vous serez principalement responsable de mettre à exécution le plan marketing et d'assurer la coordination de plusieurs projets reliés aux communications internes et externes de l'entreprise. Plus précisément, vous aurez à :

- Participer à la planification annuelle du plan marketing/communication
- Réaliser des communiqués de presse, lancements de produit, campagnes courriel, témoignages client, etc.
- Réaliser et coordonner le lancement du journal annuel de Premier Tech Chronos et Premier Tech Systems
- Gérer le contenu de quatre sites Web et assurer leur mise à jour continue
- Préparer et coordonner des foires commerciales
- Préparer et tenir à jour les brochures de produits de l'entreprise
- Réaliser des événements et projets spéciaux (rencontre annuelle, visite client, etc.)
- Mesurer le retour sur investissement des projets réalisés

Formation et exigences

- Baccalauréat en communication ou marketing
- 3 années d'expérience en communication (B2B un atout)
- Anglais de niveau avancé ou bilinguisme
- Être doué(e) pour la communication interpersonnelle
- Être orienté(e) vers les résultats
- Faire preuve de rigueur
- Dynamisme, diplomatie, tact et courtoisie
- Capacité à gérer plusieurs projets simultanément
- Connaissance des médias sociaux
- Connaissance des principes SEO, Google Adwords et Google Analytics (un atout)

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE — COMMUNICATIONS ET CAMPAGNES DE FINANCEMENT

Employeur

Résidence de soins palliatifs de l'Ouest-de-l'Île

La Résidence de soins palliatifs de l'Ouest-de-l'Île est un organisme à but non lucratif de 23 lits consacré à prodiguer des soins aux patients qui sont en phase terminale. Nous offrons du soutien médical, affectif, psychologique et spirituel aux patients et à leur famille dans un environnement serein et compatissant.

Description du poste

Communications :

- Coordonner les stratégies de communications de la Résidence, y compris la supervision de l'image externe de la Résidence, par le biais de communications avec des auditoires à l'interne et à l'externe via les médias imprimés, électroniques et sociaux
- S'assurer de la cohérence des messages clés, rédiger et réviser les écrits, maintenir à jour le site Web et assurer une présence sur les médias sociaux
- Identifier et créer des opportunités de sensibilisation afin de positionner l'organisation en tant que leader dans le milieu des soins palliatifs

Activités de financement

- Élaborer et coordonner les campagnes de publipostage (développement du programme, planification de campagnes, analyses de rendement, reconnaissance aux donateurs)
- Coordonner des projets de financement et participer à l'identification de nouvelles sources de revenus
- Participer à l'élaboration, la mise en œuvre et la coordination d'un programme de reconnaissance des donateurs

Formation et exigences

- Diplôme universitaire
- 3 à 5 ans d'expérience dans le domaine des activités de financement et des communications
- Parfaitement bilingue, excellente maîtrise du français et de l'anglais écrits
- Solides compétences en planification, organisation et établissement de priorités
- Être en mesure de gérer et coordonner plusieurs projets à la fois
- Expérience en publipostage et connaissance d'une base de données (DonorPerfect) (atouts)

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE EN COMMUNICATIONS ET ÉVÉNEMENTS

Employeur

La Fondation de l'Université du Québec en Outaouais

La Fondation de l'Université du Québec en Outaouais est un organisme à but non lucratif, ayant comme mission de mobiliser des ressources pour appuyer les étudiants et le développement de l'Université du Québec en Outaouais et ce, par la qualité de ses relations avec son milieu et sa participation au succès de l'Université.

Description du poste

- Concevoir, développer et mettre en place une stratégie de communication et de promotion de la FUQO, selon les publics cibles (« personas »)
- Planifier et rédiger les communications internes et externes de la Fondation selon le plan d'action stratégique
- Être responsable des activités de positionnement philanthropique d'uniformisation et de gestion de l'image de marque de la Fondation
- Développer et exécuter des stratégies de marketing et de communications multicanaux innovantes pour maximiser les résultats visés
- Rédiger l'ensemble des outils de communications relatifs à la promotion (communiqués, contenu web, rapport des activités, allocutions, etc.) ainsi que les communications événementielles
- Représenter l'organisme dans des activités de relations publiques
- Rester au fait des tendances concurrentielles et des meilleures pratiques du marché en matière de marketing numérique, d'approche web, des médias sociaux, du marketing philanthropique, etc. et mettre en place les améliorations
- Veiller au bon référencement du site web et proposer des stratégies pour faire progresser l'achalandage et augmenter le nombre de conversions

- Développer et gérer l'approche, les textes et les stratégies pour la campagne de publipostage
- Participer au développement du programme de fidélisation et de reconnaissance des donateurs et développer le matériel pour soutenir les initiatives
- Assurer la conception, la préparation et la coordination logistique des événements corporatifs et philanthropiques de la Fondation
- S'occuper de la sélection, la coordination du travail des fournisseurs en lien avec les événements
- Assurer le recrutement et la formation des bénévoles et comités mis sur pied pour les activités de financement sous sa responsabilité
- Élaborer et mettre en place les plans de commandite, les outils promotionnels et les stratégies de communication en lien avec les événements.

Formation et exigences

- BAC en communication ou marketing
- 3 années d'expérience pertinente dans le domaine de la gestion de projet, du marketing et de la communication
- Maîtriser la communication orale et écrite en français
- Maîtriser les outils de gestion de WordPress, Facebook et LinkedIn
- Habiletés supérieures pour la rédaction et le "storytelling"
- Avoir une bonne connaissance en anglais
- Maîtriser les logiciels de la suite MS Office
- Expérience dans le milieu philanthropique serait un atout
- Connaissance du logiciel Prodon serait un atout

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE EN COMMUNICATIONS MARKETING

Employeur

Katimavik

Katimavik est un organisme à but non lucratif qui a pour mission d'engager les jeunes dans des activités de service volontaire au sein des communautés canadiennes. Katimavik est présentement actif au Québec via son programme Éco-stage qui propose aux jeunes éco-passionnés d'agir concrètement pour l'environnement et le développement durable.

Description du poste

La personne titulaire voit à la production et à la coordination des activités de communication et de relations publiques ainsi qu'à leurs déclinaisons (Web, réseaux sociaux). Elle assure aussi un lien avec les anciens et collabore avec l'équipe aux activités de développement des partenariats et de collectes de fonds. Elle doit aussi être à l'aise à animer des communautés dans les médias sociaux.

Principales responsabilités :

- Conseiller et appuyer l'équipe dans les activités de communications
- Mettre en œuvre les activités de communications marketing afin d'en assurer leur déploiement cohérent et opportun
- Développer et animer les activités de communications avec les anciens
- Participer à la conception, réalisation et rédaction des outils de communication, dont les documents corporatifs, les communiqués de presse, les publications, les produits de collectes de fonds, le matériel promotionnel, etc.
- Coordonner et mettre en œuvre de campagnes promotionnelles et de relations publiques en collaborant avec les intervenants externes

- Coordonner les activités de communication en lien avec les stratégies de collectes de fonds et de promotion
- Coordonner le traitement des demandes d'information et participer à l'organisation de différents événements médiatiques et d'activités de relations publiques
- Gérer l'évolution ainsi que le contenu des différentes interfaces Web et sur les réseaux sociaux
- Gérer et mettre à jour le système de gestion des contacts (SGC)
- Analyser la performance des campagnes de communication et réaliser, sur demande, diverses analyses et rapports statistiques
- Gérer l'inventaire des objets promotionnels, des chèques cadeaux et des promotions

Formation et exigences

- Diplôme d'études universitaires de premier cycle dans un domaine relié aux communications, aux relations publiques, au journalisme ou dans un domaine connexe
- 3 à 5 années d'expérience pertinente en communications, plus particulièrement en rédaction, production d'outils imprimés et de contenu Internet, coordination d'événements, en gestion de projet de collecte de fonds et en développement d'outils de réseautage social
- Avoir une excellente maîtrise des logiciels Microsoft Office et Internet ainsi que des outils de réseautage social
- Avoir une excellente habileté en rédaction
- Être bilingue (anglais et français) tant à l'oral qu'à l'écrit
- Être capable de gérer plusieurs projets simultanément
- Avoir un bon esprit d'équipe et faire preuve d'autonomie et d'initiative

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE MARKETING

Employeur

VISICOM MEDIA Inc.

Description du poste

Responsabilités :

- Travailler étroitement avec la direction afin de développer et mettre en place de nouvelles stratégies marketing, principalement pour le Web
- Rédiger du contenu marketing pour nos différents sites Web et publications (en anglais principalement)
- Collaborer avec l'équipe Web design et développement pour la création de nouveaux sites et pages d'atterrissages
- Optimiser l'usage et la performance de nos pages Web
- Gérer Google AdWords et organiser des campagnes de recherches organiques
- Suivre les campagnes marketing, préparer les rapports d'analyse de performances et faire des recommandations
- Participer à la coordination d'événements et salons en Amérique du Nord et en Europe
- Assurer la promotion de la marque de nos produits dans nos communications écrites et en ligne
- Superviser les projets marketing et assurer la qualité des produits finis
- Identifier les nouvelles opportunités avec de nouveaux clients, marchés et partenaires

Formation et exigences

- Baccalauréat en Marketing, Développement des affaires ou domaine connexe
- Un minimum de 1 à 2 ans d'expérience récente dans le marketing en ligne
- Solides connaissances des principes marketing et excellentes capacités d'écriture, surtout en anglais
- Doit démontrer une volonté d'apprendre et d'intégrer facilement et rapidement de nouvelles informations
- À l'aise à effectuer des tâches multiples et respecter des échéanciers serrés dans un domaine qui évolue rapidement
- Excellent(e) communicateur(trice), analytique, organisé(e), capacité d'identifier et de gérer les priorités
- Intérêt marqué le multimédia, les logiciels et les dernières tendances Web
- Bilinguisme français et anglais (atout)
- Bonnes connaissances de Google AdWords, Google Analytics, Microsoft adCenter (atout)
- Expérience pertinente dans un poste en marketing ou en communication (atout)

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE MARKETING ET COMMUNICATIONS

Employeur

FUZE HR

Notre client a fondé leur propre cabinet en 1984 pour devenir une grande firme d'expert-comptable internationale.

Description du poste

- Mettre à jour et analyser les sites et les plateformes Web (site Web principal, site lié au recrutement universitaire et médias sociaux)
- Seconder la directrice dans la recherche et la mise en œuvre de solutions stratégiques efficaces qui répondent aux objectifs marketing et communications du cabinet
- Proposer des stratégies marketing pour les dossiers qui lui sont confiés
- Coordonner l'ensemble des activités de promotion incluant la planification et la logistique d'événements ainsi que la conception d'outils promotionnels
- Coordonner la production des infolettres destinées aux clients et contacts d'affaires du cabinet
- Agir en qualité d'agent(e) de liaison entre le cabinet et les agences de publicité, imprimeurs et différents fournisseurs de services de marketing
- Collaborer à la rédaction et la mise en page du matériel de ventes et de marketing
- Effectuer des analyses du marché et de la concurrence et générer des rapports
- Apporter son soutien administratif et établir des procédures au sein du service Marketing et communications
- Mettre à contribution ses solides habiletés interpersonnelles et son grand sens de l'organisation pour établir d'excellentes relations d'affaires avec les équipes de tous les services du cabinet

- Participer à la création d'un environnement de travail positif et au rayonnement du service Marketing et communications

Formation et exigences

- Détenir un baccalauréat en marketing, en communications ou formation équivalente
- Détenir un minimum de 2 années d'expérience pertinente
- Maîtriser les logiciels de la suite Office et Photoshop
- Avoir une bonne connaissance des outils Web (médias sociaux, CMS, Google Analytics, etc.)
- Maîtriser la communication orale et écrite, en français
- Avoir une connaissance de l'anglais, tant à l'oral qu'à l'écrit

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE MARKETING ET MÉDIAS SOCIAUX

Employeur

DOYLE optométristes & opticiens

DOYLE optométristes & opticien possède 9 boutiques/lunetteries dont le cœur des préoccupations se situe au niveau d'un service personnalisé et compétent, de produits design, novateurs et de qualité dans un environnement raffiné et confortable.

Description du poste

Le ou la titulaire du poste travaillera en étroite collaboration avec le vice-président dans l'ensemble des activités reliées au marketing, à la publicité, aux médias sociaux et à la réalisation des projets régionaux.

Responsabilités :

- Collaborer à la réalisation du plan marketing et veiller à sa mise en application
- Élaborer et réaliser des stratégies de ventes et promotions du groupe
- Développer un plan de communication au niveau des médias sociaux
- Se tenir à jour au niveau de la veille concurrentielle
- Occasionnellement, s'impliquer au niveau d'événements promotionnels en magasins ainsi qu'à la réalisation de certains événements corporatifs (party de Noël, tournoi de golf, etc.)
- Coordonner les chargés de projets au niveau de la mise en marché et de l'habillage magasin
- Offrir un support aux responsables des achats quant à la préparation de documents de vente et marketing
- Effectuer certaines tâches administratives comme de la planification de voyages, de salons d'expositions ou autre

- Préparer des comptes rendus des performances liés aux actions marketing
- Appuyer l'équipe de développement des affaires dans la préparation de rapports et de documents de présentations
- Assurer la coordination avec l'agence de publicité au niveau de tous les projets
- Participer activement à l'organisation de projets spéciaux
- Accomplir toutes autres tâches connexes demandées par son supérieur immédiat ayant un lien avec le marketing et les communications

Formation et exigences

- Détenir un diplôme universitaire en marketing ou l'équivalent
- Posséder au moins une (1) année d'expérience pertinente en marketing
- Être intéressé(e) par les bonnes pratiques en termes de médias sociaux
- Avoir un intérêt certain pour la mode et la beauté
- Maîtrise du français et de l'anglais, parlés et écrits
- Très bonne maîtrise de Word et Excel (formules), de Facebook et Twitter ainsi que de Google analytique
- Compétences de base en Photoshop et Illustrator (atouts)

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE MARKETING NUMÉRIQUE

Employeur

Lobe

Fondé en 2002, le réseau des cliniques Lobe s'est taillé une place de choix dans l'univers de la santé auditive et de la communication au fil des années. Aujourd'hui, on trouve plus de 40 cliniques Lobe partout au Québec.

Description du poste

Le coordonnateur marketing numérique travaille en étroite collaboration avec la vice-présidente marketing :

- Collaborer aux diverses initiatives marketing et communications et supporter la mise en œuvre de projets
- Collaborer à la stratégie numérique et coordonner différentes actions établies
- Effectuer le placement numérique sur les moteurs de recherche (SEO et SEM), les réseaux sociaux, en plus de coordonner le placement sur les divers médias
- Coordonner la production des visuels dédiés à la publicité numérique, aux réseaux sociaux, aux infolettres et à tout autre outil marketing et communications
- Établir des indicateurs de rendement des stratégies déterminées et analyser les résultats selon les objectifs établis
- Coordonner différents projets numériques concernant le site web et ses fonctionnalités
- Superviser l'organisation et la logistique de l'ensemble des événements du réseau
- Être à l'affût des nouvelles tendances technologiques et des meilleures pratiques

- Mener les projets confiés dans le respect des échéanciers et du budget établi
- Collaborer avec l'équipe marketing, les ressources internes, les partenaires et les fournisseurs

Formation et exigences

- Baccalauréat en marketing, communication ou administration des affaires
- 3 à 5 ans d'expérience en gestion de projets numériques ou dans un poste similaire
- Connaissances des pratiques numériques
- Intérêt pour la gestion de projet, le web, les réseaux sociaux et l'analyse des données
- Rigoureux, dynamique, soucieux du détail, proactif et ayant un bon esprit d'équipe
- Apte à gérer plusieurs dossiers simultanément tout en gardant le sourire
- Maîtrise impeccable du français écrit et parlé. Bonne connaissance de l'anglais, tant à l'écrit qu'à l'oral
- Certification Google Analytics et Google Ads (un atout)

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE MARKETING RELATIONNEL

Employeur

Groupe CH

Groupe CH est l'entreprise de sports et de divertissement par excellence au Québec. Que ça soit lors d'un match de hockey, d'un spectacle ou d'un festival, nous cherchons constamment à faire vivre à nos partisans et spectateurs des expériences uniques et mémorables.

Description du poste

- Contribuer à la stratégie d'envois et la gestion des infolettres et effectuer les envois
- Participer et appliquer la stratégie d'acquisition et de rétention du programme de ludification « Le 7e joueur » et du programme de loyauté « Club 1909 », tant sur le site Web que sur l'application mobile
- Effectuer la planification, la mise en ligne, la mise à jour et l'optimisation des différents concours et jeux sur l'application mobile et le site Web
- Effectuer la planification, la mise en ligne, la mise à jour et l'optimisation des différentes plateformes numériques
- Contribuer à la stratégie d'optimisation des données via un CRM
- Contribuer à la stratégie de développement des différentes initiatives et propriétés numériques
- Contribuer aux tests d'assurance-qualité des différentes plateformes numériques
- Rédiger des rapports de performances des différentes initiatives et propriétés numériques

Formation et exigences

- DEC ou de préférence BAC en technologies de l'information, marketing ou autres domaines pertinents
- Au moins 2-3 années d'expérience pertinente dans un rôle similaire (autres combinaisons de formation et d'expérience pourraient être considérées)
- Expérience avec la gestion de contenu à l'aide d'un système de gestion de contenu
- Expérience avec des plateformes d'envois de courriels
- Connaissance de Javascript, Jscript, CSS (un atout)
- Connaissance de la suite Adobe Creative (Dreamweaver, Photoshop, Illustrator)
- Bonne connaissance des Canadiens de Montréal et de la Ligue nationale de hockey
- Intérêt et implication dans les réseaux sociaux, un atout
- Maîtrise du français et de l'anglais tant à l'oral qu'à l'écrit
- Facilité à travailler en équipe et sous pression
- Grande rigueur et souci du détail
- Autonome et axé sur les solutions
- Être en mesure de gérer un horaire de travail variable, comme les soirs et fins de semaine selon l'horaire de l'équipe

COORDONNATEUR, COORDONNATRICE COMMUNICATIONS ET MARKETING

Employeur

Société de recherche sur le cancer

Description du poste

Sous la supervision du Directeur des communications et du marketing, le ou la titulaire de ce poste devra participer à l'élaboration et à l'exécution de la stratégie Web. Les principales tâches du candidat seront :

Site Web :

- S'assurer que les outils restent pertinents en se tenant au courant des meilleures pratiques et de l'évolution des technologies Web offertes par Blackbaud, en évaluant leur pertinence dans le contexte de la SRC et en faisant des recommandations d'amélioration
- Contribuer à bonifier les contenus existants du site Web, en créer de nouveaux, les intégrer à l'aide d'un CMS (wysiwyg) et utiliser les outils statistiques Web (Google Analytics) pour en suivre la performance
- Mettre en forme et en ligne l'infolettre mensuelle de la SRC, jouer un rôle éditorial quant aux contenus et participer à leur rédaction
- Faire le suivi de la performance de l'infolettre et proposer des améliorations, si nécessaire
- Animer la page Facebook de la SRC en utilisant des contenus qui seront développés par le coordonnateur et investiguer la pertinence de joindre d'autres réseaux sociaux
- Coordonner des campagnes de publicité sur le Web en collaboration avec des agences pour la création du matériel, acheter la publicité (bannières) et en suivre la performance
- Collaborer avec le conseiller scientifique quant au choix et à l'implantation d'un système d'application en ligne

- Effectuer la mise à jour des textes sur la SRC hébergés par des tiers

Affaires publiques, communications et marketing

- Assister le directeur des communications et marketing dans l'exécution et la mise à jour des plans de communication, de marketing, d'affaires publiques, du budget des communications, etc.
- Collaborer au développement, à la réalisation, à l'évaluation et à l'actualisation du plan annuel de toutes les activités de son service et établir un échéancier permettant la planification de ces activités
- Collaborer à la préparation, au déroulement et au suivi des campagnes publicitaires, des projets publicitaires et promotionnels, des placements publicitaires et des activités de presse reliés aux différents services de la SRC
- Assurer un contrôle sur la diffusion de l'information à l'externe et à l'interne
- Au besoin, assister le directeur des communications dans la réalisation des événements institutionnels
- Produire un rapport mensuel des coûts de son secteur d'activités
- Rencontrer les fournisseurs et effectuer l'analyse des soumissions qui leur ont été demandées

Formation et exigences

- Diplôme universitaire en communication marketing
- Connaissances informatiques : Suite Microsoft Office, Suite Adobe ainsi que HTML et CSS (connaissance de JavaScript est un atout considérable)
- Expérience de webmestre avec un CMS et une infolettre
- Expérience avec Adwords (une certification Adwords serait un atout)
- Expérience avec Google Analytics (niveau : production de rapport et de segments avancés)
- Expérience en achat média
- Compréhension des médias sociaux

- Bilinguisme tant à l'oral qu'à l'écrit
- Coordination, autonomie, créativité, minutie
- Pensée analytique et stratégique
- Sens de l'organisation et des priorités
- Capacité à travailler sous pression et à respecter les échéanciers
- Rédaction, orthographe, traduction

DIRECTEUR, DIRECTRICE MARKETING

Employeur

Inacre Conseil Inc.

Inacre Conseil se spécialise en recrutement du personnel, relocalisation et intégration des employés, impartition RH et gestion et développement des organisations.

Description du poste

Notre client est à la recherche d'une personne-ressource responsable de la gestion de tous les aspects de conceptualisation et d'implantation stratégique en marketing ainsi que d'atteindre les objectifs de marketing fixés par l'entreprise. La personne en poste développera son plan marketing et exécutera les programmes de développement pour les produits, à court et long terme, afin d'assurer une croissance profitable et l'expansion des produits de la compagnie dans divers marchés existants et dans les nouveaux marchés ciblés. Plus particulièrement, le ou la directeur(trice) du marketing devra :

- Diriger les activités de développement afin d'accroître, maintenir et faire l'implantation d'un plan marketing compréhensif pour le produit et sa marque
- Développer les prévisions monétaires des ventes par distributeur et produit
- Démontrer un sens critique des tendances en marketing, activités des concurrents, utilisateurs, performance de l'entreprise et direction de celle-ci
- Analyser les ventes ainsi que les résultats de développement des produits et de marketing
- Fournir les correctifs nécessaires afin d'atteindre les objectifs et désigner les cibles de performance
- Assurer une gestion du temps et des priorités efficace des activités de marketing et du développement de produit

- Assurer la rentabilité du produit ainsi que le développement des parts de marché
- Être disponible à voyager 25-50 % de votre temps (localement ou à l'international)

Formation et exigences

- Diplôme d'études universitaires en marketing
- 3 à 5 ans d'expérience en marketing démontrant une progression des responsabilités
- Compétences en organisation et planification
- Capacité à travailler efficacement et à s'adapter à diverses situations
- Capacité à communiquer, motiver et savoir bien gérer les priorités
- Posséder un bon sens critique, tirer des conclusions en analysant les faits et savoir défier le statu quo
- Capacité à présenter de façon persuasive de l'information à la haute direction et à l'équipe des ventes
- Capacité à lire, analyser et interpréter les rapports financiers et documents complexes

DIRECTEUR, DIRECTRICE MARKETING ET COMMUNICATION

Employeur

Croix Bleue du Québec

Croix Bleue du QuébecMD figure parmi les meilleurs employeurs de Montréal pour 2020. Croix Bleue du QuébecMD est fière de mériter la confiance de ses clients grâce à la qualité de ses produits et de ses services d'assurance santé et voyage individuelle.

Description du poste

Croix Bleue du Québec prépare un important virage numérique et elle est à la recherche d'un directeur ou d'une directrice du marketing et des communications pour contribuer au succès de ce projet d'envergure :

- Établir une vision et une planification des initiatives marketing intégrées et en piloter l'implantation pour contribuer à la croissance de l'organisation
- Superviser la planification et l'exécution des projets et des initiatives clés de son équipe, tout en veillant au développement des compétences et à la performance de ses employés
- Contribuer au développement stratégique de l'organisation en amplifiant la visibilité et le rayonnement multicanal de la marque ainsi qu'en développant son volet philanthropique
- En collaboration avec la directrice du marketing numérique, contribuer à augmenter le trafic vers les sites Web et les ventes en ligne, à stimuler les appels aux centres d'appels et à assurer le soutien avec l'utilisation des plateformes numériques
- Établir une structure de service et de soutien autant pour les besoins internes que pour appuyer les canaux directs (B2C), les partenaires (B2B) et les partenariats philanthropiques de l'organisation

- En collaboration avec le chef de l'expérience client, implanter le volet de recherche marketing et de prévision de la demande (études de marché, sondages, etc.) pour saisir les occasions d'affaires (produits et services) et adapter les messages ainsi que les stratégies de l'organisation
- Gérer l'ensemble des tactiques marketing intégrées pour atteindre les objectifs de ventes de l'organisation (site Web, réseaux sociaux, campagnes publicitaires, événements, communiqués de presse, communications directes auprès des clients et des partenaires d'affaires, etc.)
- Établir une stratégie de marketing et de communications omnicanal visant à favoriser l'acquisition et la fidélisation client, à soutenir la commercialisation des produits et des services et à optimiser l'expérience client
- Gérer les équipes de spécialistes du marketing et des communications de Montréal et de Toronto, en assurant l'harmonie et le bon fonctionnement du service
- Gérer et optimiser le budget marketing et mesurer le ROI pour s'assurer que les programmes comportent des objectifs mesurables et qu'ils sont conformes aux objectifs d'affaires
- Détecter les clients potentiels, établir les axes de communication et de mise en marché pour atteindre les objectifs d'acquisition et de fidélisation de l'organisation et mesurer les impacts des initiatives mises en place
- En collaboration avec les parties prenantes et les agences, superviser la réalisation de plans de commercialisation et de communication novateurs qui mettent à profit les canaux numériques et les canaux traditionnels
- Superviser toutes les communications externes auprès des médias pour préserver la réputation de la marque, incluant la gestion de crise et les enjeux médiatiques.

Formation et exigences

- Baccalauréat en marketing, en communication, en administration ou l'équivalent
- 10 ans d'expérience en marketing ou en commercialisation, dont un minimum de 5 ans dans un rôle de gestion
- Expérience dans le secteur des assurances, un atout
- Habileté d'influence et style de leadership « intrapreneur »
- Sens de l'initiative développé et motivé par le travail dans une organisation en pleine croissance
- Habileté à élaborer et opérationnaliser des plans stratégiques
- Reconnue pour le travail d'équipe et la collaboration
- Capacité de mentorat et leadership
- Capacité à vulgariser, maîtrise des communications tant à l'oral qu'à l'écrit
- Entregent et capacité à entretenir d'excellentes relations interpersonnelles
- Très bon sens de l'organisation et du service client
- Expérience en philanthropie et en relations publiques
- Bilinguisme français et anglais (parlé/écrit) et excellente maîtrise de la langue française écrite

EXPERT, EXPERTE EN RECHERCHE MARKETING

Employeur

Econoler

Econoler est une firme de consultants de renommée internationale avec 38 ans d'expérience dans la conception, la mise en œuvre, l'évaluation et le financement de programmes et de projets d'efficacité énergétique et d'énergie renouvelable.

Description du poste

- Évaluer l'impact de programmes et initiatives dans le marché en procédant à l'analyse de données qualitatives et quantitatives
- Participer à la collecte de données à travers la réalisation d'entrevues ou de visites mystères, la mise en place de sondages Web, la supervision de groupes Delphi, ou la recherche de données secondaires
- Superviser le travail de firmes de recherche externes
- Rédiger des livrables écrits de qualité présentant des résultats concrets, des conclusions et des recommandations en lien avec les besoins et défis du marché
- Suivre et coordonner toutes les étapes de réalisation d'un projet : conception d'un plan de recherche, élaboration des outils de collecte de données, suivi des activités de collecte, vérification et analyse des données, rédaction et préparation des livrables

Formation et exigences

- Une formation universitaire jumelée à une expérience pertinente de 5 à 10 ans liées à la recherche marketing, la recherche sociale, l'évaluation de programmes, l'économie ou autre discipline connexe
- Une maîtrise est un atout considérable

- Une excellente habileté de communication orale et écrite en français et en anglais (plusieurs mandats se déroulant dans la langue anglaise)
- Une bonne connaissance d'Excel
- Une excellente capacité d'analyse
- Un souci constant du détail
- Un intérêt réel pour la recherche, tant qualitative que quantitative
- Une bonne compréhension des statistiques de base
- Une grande autonomie, tout en aimant travailler en équipe

GESTIONNAIRE DE COMMUNAUTE — MEDIAS SOCIAUX

Employeur

EVOLIO

Description du poste

Le ou la titulaire du poste sera responsable du développement des stratégies et de la gestion des comptes réseaux sociaux (particulièrement Facebook, Google+, Twitter et YouTube), selon les normes et procédures établies, pour plusieurs clients œuvrant dans divers secteurs d'activités. Le ou la gestionnaire de communauté sera responsable d'assurer que les communautés soient actives et engagées, de gérer des calendriers éditoriaux précis et de suivre les conversations en ligne. Le ou la gestionnaire de communauté aura aussi à créer du contenu pertinent et à rédiger des articles en français et en anglais pour accroître la visibilité des clients.

Sommaire des responsabilités :

- Gère l'ouverture et/ou l'optimisation des comptes réseaux sociaux pour les nouveaux clients
- Établit et planifie les calendriers éditoriaux mensuels
- Rédige le contenu français et/ou anglais (optimisé selon le plan SEO du client, lorsqu'applicable) pour chaque client, selon le calendrier établi et la nature du client
- Coordonne, au besoin, avec les autres ressources de l'équipe (spécialiste SEO, rédacteur/traducteur, designer)
- Publie du contenu sur les différentes plateformes applicables à chaque client
- Gère des campagnes de publicité et/ou des concours sur Facebook
- Surveille et agit comme modérateur lors des conversations continues dans les différents canaux de médias sociaux

- Communique avec nos clients pour s'assurer que les réponses données soient adéquates aux questions posées dans leurs médias sociaux
- Effectue des rapports de performance, analyse les résultats et fait des recommandations pour améliorer les résultats au gestionnaire de compte
- Identifie les opportunités offertes par les nouvelles plateformes et effectue une veille afin d'être en mesure de faire des propositions et des recommandations sur l'utilisation de nouveaux outils

Formation et exigences

- Diplôme universitaire en marketing, développement Web ou expérience équivalente de travail
- Expérience minimale de 2 ans dans un poste de gestionnaire de communauté sur les réseaux sociaux
- Connaissance approfondie des différents sites de réseautage social et de leur fonctionnement, particulièrement Facebook, Google+, Twitter et YouTube (expérience avec LinkedIn, Yelp et autres médias sociaux, un atout)
- Connaissance des CMS Wordpress et Joomla, un atout
- Connaissance de Photoshop, du langage HTML, de la photographie ainsi que de la modification de photos et de vidéos, un atout
- Notions de SEO, un atout
- Bilinguisme (français et anglais) à l'oral comme à l'écrit
- Esprit d'analyse et de synthèse
- Créativité, innovation, autonomie et initiative
- Gestion du temps et des priorités
- Excellente communication écrite en français et en anglais
- Capable de travailler efficacement sans supervision immédiate et constante

GESTIONNAIRE DE CONTENU

Employeur

Orchestra

Notre mission nous passionne : permettre à de grandes marques de s'adapter, d'être plus performantes et d'innover au sein de l'économie numérique.

Description du poste

Le ou la gestionnaire de contenu devra faire appel à sa créativité pour rédiger en utilisant différents tons et voix. La personne travaillera en étroite collaboration avec l'équipe de concepteurs graphiques afin de donner vie au contenu. Elle devra créer du contenu pour le Web, les séminaires, les présentations, les webinaires et autres actifs intellectuels à des fins promotionnelles tout en élaborant et en mettant en œuvre diverses campagnes de marketing externes dans le cadre d'une stratégie de génération de pistes.

Le ou la gestionnaire de contenu devra collaborer avec notre équipe de gestion de produits pour assurer la rédaction et la relecture de toute la documentation marketing. En plus d'une solide stratégie de marketing de contenu, une connaissance approfondie des pratiques exemplaires des réseaux sociaux et du blogage est nécessaire.

Responsabilités :

- Élaborer et déployer toute la communication marketing de l'entreprise, y compris les livres blancs, le contenu Web, les communiqués de presse, les documents pour les salons professionnels et le matériel connexe
- Mettre en place une stratégie de relations publiques à l'aide d'articles destinés au public, de blogues, d'un leadership éclairé et de remises de prix
- Coordonner et communiquer les changements au site Web aux équipes concernées

- Rédiger des billets et des entrées sur les réseaux sociaux axés sur des thèmes précis
- Gérer le blogue de l'entreprise, notamment en coordonnant la soumission des textes par les auteurs et leur publication
- Créer du contenu ou des sujets pour les présentations dans le cadre de séminaires, webinaires et autres actifs intellectuels à des fins promotionnelles
- Collaborer à la création de jeux d'acétates et de présentations pour la vente ainsi que gérer et mettre à jour les articles d'inventaire connexes
- Élaborer des campagnes de marketing externes fondées sur le publipostage, les courriels et les médias sociaux

Formation et exigences

- Études en communications ou tout autre domaine connexe
- Minimum de 3 ans d'expérience dans un poste similaire
- Maîtrise d'un système de gestion de contenu (SGC)
- Aptitudes à gérer plusieurs projets à la fois et à respecter les échéances
- Aptitudes essentielles en organisation et en gestion du temps
- Connaissance des outils Microsoft : Word, Excel, PowerPoint, Outlook
- Bilinguisme parfait (français et anglais), tant à l'oral qu'à l'écrit

Atouts :

- Avoir une grande capacité d'adaptation et un grand esprit d'entreprise
- Posséder d'excellentes aptitudes interpersonnelles
- Avoir un grand sens des responsabilités et des priorités
- Avoir de l'expérience en référencement naturel ou avec Google Adwords

GESTIONNAIRE DE MÉDIAS SOCIAUX

Employeur

Groupement des chefs d'entreprises

Le Groupement des chefs d'entreprise est un réseau unique rassemblant 2000 membres dans 240 clubs (groupes d'entrepreneurs) au Québec, au Nouveau-Brunswick, en Belgique, en Suisse et en France. Travailler avec nous, c'est faire partie d'une équipe passionnée qui a à cœur l'entrepreneuriat et le développement économique du Canada et de l'Europe francophone.

Description du poste

- Rédiger, produire et réaliser des contenus pour les médias sociaux (articles, podcasts, vidéos)
- Animer nos communautés web et interagir avec le public sur des groupes liés à l'entrepreneuriat et au co-développement
- Assurer une vigie sur les tendances en entrepreneuriat et être à l'affût de l'actualité
- Établir un plan de diffusion selon les besoins et intérêts des entrepreneurs
- Cibler des entrepreneurs inspirants, préparer des questionnaires et interviewer
- Coordonner un projet interne dont l'objectif est de générer du contenu en misant sur la proximité entre nos accompagnateurs et nos membres
- Produire et optimiser du contenu marketing
- Effectuer du montage audio et vidéo
- Mettre sa créativité au service du contenu des campagnes marketing
- Contribuer au plan marketing global de l'organisation
- Mettre en œuvre la stratégie de marketing RH interne et externe

Formation et exigences

- Diplôme d'études universitaires en communication/marketing ou administration des affaires (option communication marketing)
- Un minimum d'un à deux ans d'expérience
- Bonne connaissance des médias sociaux (Facebook, LinkedIn, YouTube, Instagram), et bonne capacité à joindre les publics et à créer de l'engagement
- Créatif et à l'affût des tendances marketing
- Excellente capacité de rédaction, de communication orale et un français impeccable
- Excellente aptitude dans la présentation visuelle (maîtrise de Photoshop, Illustrator et/ou InDesign)
- Compétences et expérience en multimédia
- Excellente connaissance d'Office 365
- Valeurs d'entraide et de progression
- Compréhension générale du monde des affaires et des PME

REDACTEUR, REDACTRICE MARKETING

Employeur

Creaform Inc.

Entreprise de classe mondiale spécialisée dans les solutions numériques 3D, Creaform intègre tous les processus et les technologies 3D dans des solutions innovantes capables de répondre à tous les besoins en 3 D. Elle exerce ces activités pour diverses industries, notamment celles de l'automobile, de l'aérospatiale, de la fabrication, du multimédia et des soins médicaux.

Description du poste

Dans le cadre de ses fonctions, la personne devra faire preuve de créativité et de propositions ingénieuses pour les projets de rédactions. Plus particulièrement, la personne devra assurer la rédaction, la révision et la traduction de divers documents, tant en français qu'en anglais.

Responsabilités :

- Rédiger toute la documentation marketing dans les styles appropriés : feuillets, brochures, présentations électroniques, publicités, annonces, promotions, mémos internes, contenu Web, etc.
- Rédiger et assurer la distribution interne et externe (fil de presse, firme de relations publiques, liste de journaliste, site Web, extranet, employés, etc.) de tous les communiqués de presse
- Rédiger et assurer la publication de tous les articles éditoriaux de type « Success Story » et « Case Study »
- Travailler en équipe avec les ingénieurs d'applications, les chefs de produits et les clients afin d'obtenir le plus d'informations susceptibles d'intéresser la clientèle cible
- Établir le contenu du bulletin avec les équipes multidisciplinaires
- Coordonner la mise en page et le choix des images avec l'intégrateur Web

- Assurer la parution des articles selon les échéanciers fixés
- Participer à la rédaction et effectuer la révision de la documentation technique : manuel d'instruction et d'utilisation, fiches de méthodes, etc.
- Agir à titre de personne-ressource dans l'entreprise pour toutes les questions linguistiques et coordonner les projets de traduction pour les langues autres que l'anglais et le français
- Assurer la qualité de traduction pour les langues autres que l'anglais et le français
- Assurer le maintien, la conformité et la continuité dans le message de l'entreprise
- Développe et maintient un lexique d'expressions officielles
- S'occuper du suivi et du respect des budgets reliés à la traduction

Formation et exigences

- Baccalauréat en traduction, communications, journalisme ou expérience pertinente
- Posséder une expérience de travail minimale de cinq (5) ans
- Être parfaitement bilingue (anglais-français), tant à l'oral qu'à l'écrit
- Avoir d'excellentes aptitudes pour la rédaction et la traduction
- Avoir un intérêt pour les technologies émergentes et la haute technologie
- Être autonome, créatif et curieux, avoir de l'imagination
- Avoir du leadership et être orienté sur l'atteinte de résultats
- Connaissance des logiciels de graphisme (ex. : In Design) et du code HTML sont des atouts

REPRESENTANT, REPRESENTANTE DES VENTES AUX COMMANDITES

Employeur

Cavalia

Cavalia est une entreprise du secteur du divertissement spécialisée dans la création, la production et la commercialisation de spectacles innovateurs. La compagnie s'est donnée pour mission de créer l'inédit et de réinventer les arts équestres et les arts de la scène.

Description du poste

Relevant de la directrice des commandites et des médias, le ou la représentant(e) des ventes aux commandites est responsable des commandites, des échanges de services, de la négociation de prix auprès des fournisseurs actuels et des subventions gouvernementales pour tous les spectacles et les événements produits par Cavalia.

Responsabilités :

- Négocier des ententes dès l'embauche avec des commanditaires pour atteindre les objectifs de recettes fixées dans chaque ville où les spectacles de Cavalia se produisent
- Développer le marché des commanditaires potentiels en leur proposant diverses activations personnalisées
- Préparer des propositions de commandites intéressantes et créatives afin d'attirer des commanditaires de tous niveaux (locaux et nationaux)
- Établir des relations à long terme avec les gestionnaires de marque
- Participer à des événements
- Obtenir des prix compétitifs auprès des divers fournisseurs actuels et convertir une partie de leur budget marketing en commandites

- Collaborer avec le groupe de développement de marché pour obtenir des subventions gouvernementales
- Assurer la liaison avec les équipes marketing et opérations régulièrement pour assurer la satisfaction des commanditaires des produits livrables selon les contrats

Formation et exigences

- Minimum 5 ans de succès dans la vente de commandites et/ou dans le monde des ventes de médias
- Posséder un esprit très créatif pour développer toute forme d'activation personnalisée sur le site de Cavalia
- Capacité d'atteindre les objectifs de vente et de revenus fixés (un réseau existant de contacts privilégiés serait un atout important)
- Forte volonté de faire des appels à froid pour obtenir de nouveaux contacts, des rencontres et bâtir des relations à travers différents pays
- Très bonnes aptitudes en négociation pour conclure des ententes productives pour les deux parties dans des délais limités
- Apte à voyager approximativement +/- 6 jours par mois
- Très bonnes connaissances des médias sociaux pour faire de la prospection adéquate de commandites (local et national) au niveau de chaque ville où Cavalia se produit
- Très bon sens de l'organisation
- Disposé à travailler sous pression et avec des échéanciers très serrés
- Communiquer en français et en anglais, tant à l'oral qu'à l'écrit (connaissance de l'espagnol, un atout)
- Niveau avancé : PowerPoint, Excel et Word
- Volonté de travailler pendant de longues heures irrégulières, en particulier lors d'événements

RESPONSABLE DE LA COMMUNICATION ET DU MARKETING

Employeur

AMT Moulage

AMT Moulage est une entreprise de moulage sous pression de premier plan en Amérique du Nord, autant au niveau technologique que de la qualité de nos produits. Nous sommes en majorité dans le domaine de l'automobile, nous touchons aussi à plusieurs autres domaines, dont celui de la santé.

Description du poste

En étroite collaboration avec le directeur des ventes, le responsable de la communication et du marketing aura comme mandat de :

- Supporter les activités de communication et de marketing orientées vers le développement des affaires et de l'image de marque
- Rédiger du matériel écrit, notamment en collaboration avec le personnel technique
- Assurer la coordination de la présence de l'entreprise dans Internet, notamment l'alimentation du site web et des médias et réseaux sociaux,
- Collecter et l'analyser des données (e.g. moteurs de recherche, campagnes publicitaires, métadonnées, trafic, etc.), veille à l'assurance qualité numérique
- Mener des projets de recherche marketing (tendances du marché, recherche de clients potentiels, veille compétitive, etc.)
- Effectuer des recherches ad hoc (e.g. sur des concurrents ou des clients)

Formation et exigences

- Diplôme d'études collégiales ou universitaires de premier cycle dans une discipline pertinente ou expérience jugée pertinente en communications, marketing ou intelligence de marché
- Bilinguisme (français et anglais)
- Habilités en rédaction et communication écrite
- Aptitude en graphisme ou en gestion de sous-traitance de graphisme, serait un atout
- Connaissance des divers réseaux sociaux et d'outils informatiques tels que la suite Microsoft Office, Google Analytics, logiciel en graphisme un atout
- Aptitude et connaissances en recherche et en analyse de données
- Bonne gestion du temps et des priorités. Bon sens des responsabilités et de l'organisation
- Esprit d'équipe

RESPONSABLE DE LA DIFFUSION ET DES COMMUNICATIONS

Employeur

Le Petit Théâtre de Sherbrooke

Le Petit Théâtre de Sherbrooke a pour mission de développer la pratique et la fréquentation du théâtre pour l'enfance et la jeunesse en plaçant les mots et la dramaturgie au centre de chacune de ses recherches et en donnant à des équipes multidisciplinaires les conditions de création leur permettant d'expérimenter un dialogue entre les langages musical, visuel et corporel.

Description du poste

Le Petit Théâtre de Sherbrooke est présentement à la recherche d'un(e) responsable de la diffusion et des communications qui, sous l'autorité de la direction générale et en étroite collaboration avec celle-ci et la direction artistique, exercera les principales fonctions suivantes :

- Réaliser un plan de communication en fonction du public cible de la compagnie : l'enfance et la jeunesse
- Représenter l'organisation auprès des médias et développer des relations de presse efficace
- Planifier, produire et maintenir à jour tous les documents nécessaires à la promotion de l'entreprise et de ses productions
- Contrôler le budget prévu pour l'ensemble des activités de promotion et de publicité
- Planifier et coordonner les activités de lancement et les Premières
- Participer à des activités professionnelles pertinentes pour la visibilité de l'organisation
- Élaborer, en étroite collaboration avec la direction générale et la direction artistique, un plan de diffusion et de mise en marché
- Assurer la vente des spectacles en autodiffusion à Sherbrooke et auprès des diffuseurs francophones du Québec et du Canada

- Participer à des événements permettant d'établir des contacts et représenter l'organisation (RIDEAU, ROSEQ, festivals)
- Participer à la préparation des demandes de subvention pour les tournées ainsi qu'à la rédaction des rapports d'activités de son secteur

Formation et exigences

- Formation en communication, marketing ou dans un domaine connexe
- Expérience pertinente minimum de deux ans en diffusion et/ou en communication
- Bonne connaissance du marché des arts de la scène et du milieu théâtral
- Parfaite maîtrise du français à l'oral et à l'écrit
- Aptitude supérieure en rédaction et en communications (écrites et orales)
- Maîtrise des outils informatiques dans un environnement MAC
- Attitude positive, sens de l'initiative, polyvalence et autonomie
- Très bon sens de l'organisation, souci du détail et adaptabilité
- Esprit d'équipe et de collaboration
- Aptitude à mener plusieurs dossiers de front et à gérer le budget de son secteur

RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS

Employeur

Le Conseil d'économie sociale de l'île de Montréal

Après plus de 24 ans d'existence, le CESIM prend un nouvel élan. Nouvelle entité incorporée depuis le 22 juillet 2020, il est en pleine croissance. Le Conseil d'économie sociale de l'île de Montréal (CESIM) est une instance régionale de développement en matière d'économie sociale et un réseau d'affaires formé d'entreprises et d'acteurs montréalais de l'économie sociale

Description du poste

Promotion de la mission et de la notoriété de l'organisation

- Développer la stratégie globale de communication marketing qui contribuera à l'atteinte des objectifs stratégiques du CESIM
- Réaliser et maintenir une veille stratégique des enjeux et opportunités pouvant avoir un impact sur le développement de l'économie sociale à Montréal
- Conseiller la direction générale quant aux enjeux et opportunités pour lesquels le CESIM doit se positionner et proposer une approche face à ces enjeux
- Définir le positionnement médias de l'organisation et la stratégie de relations publiques permettant au CESIM d'atteindre ses objectifs stratégiques
- Conception du plan de mise en œuvre de la stratégie de communication marketing du CESIM et recommandations quant aux budgets requis pour la mise en œuvre

Promotion de l'économie sociale auprès des membres, des publics cibles et du grand public

- Mettre en œuvre une stratégie de communication permettant de faire connaître l'économie sociale à Montréal, ainsi que les bénéfices de l'économie sociale;
- Concevoir le matériel de communication;
- Déployer les activités identifiées dans le plan de communication et en faire le suivi/évaluation dans le temps (la mise à jour du site Internet; la conception des infolettres; l'organisation d'évènements ciblés; la gestion des médias et des médias sociaux; la rédaction d'articles de sensibilisation)
- Développer les relations médias de l'organisme
- Rédiger les communiqués de presse en partenariat avec la direction générale ou les responsables des projets concernés
- Appuyer la direction générale dans la réalisation des publications officielles de l'organisation (rapport annuel, mémoires, rapports divers, dépliants, etc.) et dossiers à l'intention des bailleurs de fonds)
- Développer, animer et maintenir à jour les différents médias numériques de l'organisation (Facebook, Instagram, LinkedIn, site Web, etc.), s'assurer du déploiement de stratégies novatrices de contenu et veiller à l'utilisation d'outils performants (calendrier éditorial, Google Analytics, etc.)

Support aux projets et activités

- Offrir un support aux membres de l'équipe de chargés de projet pour le volet promotion et communication des projets, activités ou évènements
- Développer le matériel requis pour les projets, activités ou évènements

Formation et exigences

- Diplôme universitaire en communication marketing ou combinaison de formation et d'expérience jugée équivalente
- 5 ans d'expérience en conception et déploiement de campagnes de marketing numérique
- Expérience significative en gestion de communauté
- Une connaissance de l'économie sociale est un atout
- Maîtrise des logiciels de gestion de contenu (CMS) (WordPress)
- Maîtrise des logiciels de graphisme (Photoshop, InDesign, Illustrator)
- Maîtrise de l'utilisation professionnelle des principaux réseaux sociaux
- Excellente maîtrise de la suite Office et Adobe
- Maîtrise des suivis dans des logiciels de gestion de projets
- Maîtrise du français parlé et écrit
- Excellentes qualités rédactionnelles
- Excellente connaissance de l'anglais oral et écrit

RESPONSABLE DU MARKETING ET DES PARTENARIATS

Employeur

Musée Armand-Frappier

Le Musée Armand-Frappier, est un Musée québécois consacré à l'interprétation des sciences relatives à la santé humaine

Description du poste

- Sous l'autorité de la directrice générale, le responsable du marketing et des partenariats élabore les stratégies, définit les approches et planifie les activités de marketing et de communication du Musée, tout en assurant leur mise en œuvre et évaluation
- Élaborer, mettre en œuvre, évaluer et mettre à jour en continu un plan marketing triennal visant le développement des publics et l'atteinte des objectifs de fréquentation
- Développer et mettre en place des stratégies et actions de promotion et de partenariats qui assureront la diffusion et la visibilité des activités et produits du Musée, ainsi que le développement de ses clientèles
- Établir les lignes directrices et les requis du service à la clientèle et veiller à leur mise en œuvre
- Contribuer à l'élaboration du plan de développement des affaires du Musée
- Identifier, évaluer et choisir les moyens pour optimiser l'exploitation des plateformes numériques du Musée aux fins de commercialisation et de développement des affaires
- Élaborer des stratégies de communication internes et externes
- Mettre en œuvre les plans de communication en produisant les textes et documents liés aux communications et en supervisant la production et la diffusion de publications

- Superviser la production des produits dérivés et des articles à l'effigie du Musée, de même que les choix des produits de la boutique
- Coordonner les préparatifs et opérations sur le terrain lors des activités de communication (inaugurations, activités de presse, salons des exposants, etc.)
- Travailler en étroite collaboration avec la directrice générale afin de développer des alliances et des partenariats
- Planifier les besoins en main-d'œuvre et superviser l'équipe de l'accueil, des réservations et des inscriptions afin de remplir les activités prévues à la programmation annuelle

Formation et exigences

- Détenir un diplôme de 1er ou 2e cycle en administration, en marketing, en communication ou en gestion
- Posséder un minimum de cinq (5) années d'expérience dans un emploi semblable ou en lien avec les communications et le marketing
- Excellent sens des affaires, capacité de développer de nouveaux partenariats, de nouveaux produits, et d'élaborer des stratégies de mise en marché et de développement de clientèles, le tout visant l'accroissement des revenus autonomes du Musée et la fidélisation de sa clientèle
- Excellente maîtrise des stratégies de communications et marketing
- Excellentes habiletés en rédaction et en communication orale efficaces
- La maîtrise de la langue anglaise parlée et écrite est un atout considérable
- Habiletés relationnelles marquées pour la gestion de l'équipe d'accueil et des réservations, pour les relations médias et avec les partenaires
- Capacité à prendre des décisions, résoudre des problèmes et établir des priorités

- Personne polyvalente, ouverte, débrouillarde et autonome qui aime travailler en équipe
- Vision stratégique axée sur les résultats et orientation vers l'excellence
- Posséder une riche culture scientifique de base et être à l'affût des développements en sciences et technologies

STRATÈGE ET GESTIONNAIRE MÉDIAS SOCIAUX

Employeur

AURA Social

AURA Social est une agence de marketing numérique, elle est spécialisée en matière de médias sociaux et en déploiement de stratégies marketing numériques. Elle offre un service personnalisé, selon les besoins précis de ses clients, de la stratégie numérique, jusqu'à la diffusion.

Description du poste

Sous la supervision de la directrice de contenu, le/la titulaire du poste sera responsable de la gestion des médias sociaux, la gestion de campagnes publicitaires numériques, la création de stratégies marketing et la création de contenus pour certains clients de l'agence.

- Gérer et animer plusieurs pages entreprises sur diverses plateformes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest et YouTube)
- Rédiger, créer, générer et partager du contenu web adapté aux des différentes plateformes et aux publics cibles des clients
- Gérer les campagnes publicitaires numériques des clients (Google Adwords, Facebook Ads, etc...)
- Mettre en place des collaborations fructueuses avec des influenceurs
- Analyser et mesurer les résultats des campagnes web/médias sociaux
- Être constamment à l'affût des dernières tendances et des initiatives de la compétition
- Gérer le calendrier éditorial et programmer les affichages automatiques sur les réseaux sociaux
- Élaborer et déployer des stratégies marketing de médias sociaux
- Analyser les données Google Adwords, Google Analytics, Facebook, Instagram...

- Préparer et envoyer des campagnes marketing par courriel

Formation et exigences

- Baccalauréat dans une discipline appropriée (communication, relations publiques, publicité, marketing, graphisme) ou équivalence en autonomie ;
- Excellentes connaissances des outils d'analyse numérique tels que Google Analytics
- Expérience avec les tests A/B et multivarié
- Connaissances de Photoshop, Indesign, Canva et d'autres logiciels d'édition de médias, un atout
- Maîtrise de la plateforme Google Adwords
- Maîtrise de la plateforme gestionnaire d'entreprises (Business Manager) de Facebook
- Maîtrise la plateforme en ligne MailChimp
- Connaissance d'outils de gestion de communauté (Hootsuite, LATER, ...)
- Expérience de minimum 2 ans en marketing traditionnel, digital ou médias sociaux
- Fortes habiletés de communication et de rédaction
- Posséder une excellente maîtrise du français et de l'anglais, à l'oral et à l'écrit

Expérience dans la gestion de campagnes de référencement organique et payant (SEM/SEO), base de données marketing et les campagnes de publicités sur les médias sociaux, par courriel et de support publicitaire

UQAM | Services à la vie étudiante

Engagés à faire une différence



 @VieEtudiante

 VieEtudianteUQAM

 vieetudianteuqam