

Mandat – Coordination du marketing et des communications

CATÉGORIE DE POSTE :	Coordination
HEURES DE TRAVAIL :	40 heures/semaine
STATUT DU POSTE :	Permanent
SUPERVISEUR IMMÉDIAT :	Direction générale et culturelle

SOMMAIRE DU POSTE

Relevant de la Direction générale et culturelle, la **Coordination du marketing et des communications** planifie, gère et évalue l'ensemble de la stratégie et des activités liées aux efforts de communication et de marketing du Carrefour francophone.

Également, la **Coordination du marketing et des communications** joue un rôle dans le contrôle d'une saine gestion des ressources humaines, matérielles et financières du secteur du marketing et des communications. Elle soutient la Direction générale et culturelle dans ses responsabilités de mise en œuvre de la mission et des orientations stratégiques du Carrefour francophone.

La **Coordination du marketing et des communications** travaillera au sein d'une équipe dynamique, où l'engagement, l'excellence et la créativité sont quelques-unes des valeurs essentielles. Elle sera complice autant de l'équipe de La Sague que celle des Services à l'enfance.

SOMMAIRE DES RESPONSABILITÉS

Gestion du marketing et des commandites

- Développe un plan de marketing pour promouvoir l'ensemble des activités du Carrefour francophone. De concert avec la direction générale et culturelle et/ou la personne responsable de La Sague et la direction des Services à l'enfance, la coordination du marketing et des communications collabore à établir des cibles de recrutement de clientèles et participe activement à atteindre ces indicateurs de rendement.
- Collabore à l'établissement des cibles de vente de commandites et de billetterie en fonction des besoins organisationnels et participe au développement des stratégies permettant de les atteindre.

- Détermine annuellement les besoins de publicité pour les programmes et services du Carrefour francophone.
- Élabore des approches publicitaires en lien avec le plan marketing.-
- Conçoit, rédige et coordonne le placement des produits publicitaires et promotionnels.
- Gère divers sondages diffusés dans l'ensemble des secteurs.
- Reçoit et analyse les données statistiques permettant au secteur d'innover en matière de marketing et de communications ainsi que d'améliorer son fonctionnement opérationnel et son développement de public. Par exemple : Google analytics, billetterie, Facebook, sondages de satisfaction, etc.

Gestion des partenaires

- Négocie et crée des partenariats avec des organisations externes dans une perspective de collaboration visant l'optimisation du fonctionnement de son secteur. Par exemple : partenariats médiatiques, échanges de visibilité entre organismes, passeport pour les arts, etc.
- Établit et maintien des liens étroits avec les fournisseurs de services liés au marketing et aux communications.
- Cible et assiste à des activités de représentation, à des occasions de concertation qui appuieront le Carrefour francophone et le secteur marketing et communications dans la réalisation de ses objectifs et de son rayonnement. Par exemple : Contact ontariois, FME, La Centrale alternative, la Place des arts, la St-Jean, etc.
- Négocie avec des partenaires médiatiques des ententes de commandite ou de publicité, supervise et effectue les suivis des ententes et maintien des liens étroits avec ces partenaires, incluant les rapports de visibilité pour les partenaires. Le plan des partenariats est monté avec la collaboration de la direction artistique; l'exécution du plan est partagée.
- Appui aux suivis des ententes et maintien des liens étroits avec l'ensemble des partenaires du secteur culturel, incluant les rapports de visibilité pour les partenaires.
- À la nomination d'une direction artistique et des affaires culturelles, la nouvelle direction aura la responsabilité des partenariats majeurs et généraux (saison, festival) et le marketing et les communications continueront à être responsables des plus petits partenaires, toujours en fonction du plan global de commandites.

Gestion des communications et de l'information

- Développe un plan de communication externe pour le Carrefour francophone, et en supervise la mise en œuvre.
- Développe un plan de communication interne pour le Carrefour francophone, et en supervise la mise en œuvre.

- Gère de façon stratégique les relations médiatiques et l'organisation de conférences de presse, en fonction des besoins.
- Supervise la rédaction et la production des outils de communication utilisés par le Carrefour francophone tels que les communiqués de presse, l'infolettre, brochures et la mise à jour du site web, etc.
- Développe, met en place et évalue des outils de communication et de mise en marché imprimés et virtuels répondant aux besoins plus spécifiques des secteurs de services tout en ciblant la viabilité et la rationalisation des coûts.
- Participe à la réalisation du rapport annuel du Carrefour francophone;
- Est appelée à coordonner l'information provenant de chacun des secteurs.
- Adjointe à l'équipe de la direction et soutien à la Direction générale et culturelle et au Carrefour francophone dans toutes les communications internes et externes.

Gestion des ressources humaines et financières du secteur

- Supervise l'équipe du secteur marketing et communications en matière de dotation, d'orientation, de formation, d'évaluation de rendement, de gestion de la carrière, selon les besoins.
- Prépare, annuellement, en collaboration avec l'équipe, le budget du secteur pour autorisation finale par la Direction générale et culturelle et le Directeur des Finances du Carrefour francophone;
- Surveille avec attention les ressources financières allouées au secteur marketing et communications en collaboration avec le secteur finances, tout en tenant compte des objectifs annuels.
- Participe activement, en fonction de son secteur, au processus de planification stratégique.
- Rédige et implante les objectifs annuels du secteur marketing et communications, en rapporte la progression et en évalue leur réalisation.
- Actualise et maintient à jour les suivis des projets, produit les rapports d'information et de gestion, selon les objectifs établis par le secteur et la Direction générale et culturelle;
- Établit des liens avec les aspects financiers de chacun des projets visant le fonctionnement optimal des services de marketing et des communications et du Carrefour francophone.
- Participe à des activités communautaires et artistiques permettant, entre autres, au Carrefour francophone d'accroître sa présence au sein de la communauté.

Appui au secteur administratif

- Coordonne la création des gabarits de demandes de subventions.

EXIGENCES ACADÉMIQUES, EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

- Diplôme postsecondaire dans les domaines du marketing ou des communications ou une combinaison d'études et d'expérience jugées comparables.
- Un minimum de trois (3) ans d'expérience en marketing et communication, en gestion de projet, en développement d'outils promotionnels.
- Connaissance des médias ainsi qu'en gestion de contenu de site web et médias sociaux.
- Connaissance du milieu franco-ontarien un atout.
- D'excellentes capacités de communication orale et écrite en français ainsi que de bonnes capacités de communication orale et écrite en anglais.
- Utilisation des appareils usuels de bureau, les logiciels de la Suite Microsoft, l'internet, wordpress, la suite Google; des compétences en graphisme sont considérées comme un atout.

COMPÉTENCES RECHERCHÉES

- Sait planifier et effectuer des suivis efficaces.
- Fait preuve de jugement.
- Sait gérer les priorités.
- Sait négocier et être orienté vers le client.
- A la capacité de travailler avec des échéanciers serrés et sous pression.
- Est douée pour la communication interpersonnelle.
- Maîtrise la communication orale et écrite en français et en anglais.
- Fait preuve de créativité et d'ouverture d'esprit.
- Fait preuve d'une grande autonomie.

VALEURS PARTAGÉES

Au Carrefour, nous pratiquons et observons quotidiennement les valeurs opérationnelles suivantes :

- La collaboration
- Le courage
- La bienveillance
- La conscienciosité
- La vitalité