

Sentier Transcanadien

Gestionnaire, Communications et marketing



MISSION: promouvoir et participer au développement et à l'utilisation du Grand Sentier du Canada, créé par Sentier Transcanadien et ses partenaires, en soutenant le succès local dans l'optimisation et l'amélioration continues de ce réseau national.

DESCRIPTION DU POSTE ET DES RELATIONS QUI S'Y RATTACHENT

Se rapportant au vice-président, Communications et marketing, le responsable, Communications et marketing joue le rôle de pierre angulaire dans la croissance de la marque du Grand Sentier du Canada, dans sa visibilité et dans l'implantation, sur une base quotidienne, des plans de marketing et de communications internes et externes de Sentier Transcanadien. Le responsable, Communications et marketing conseille, propose et exécute des stratégies qui soutiennent Sentier Transcanadien (STC) et ses priorités actuelles, y compris à propos des opportunités émergentes telles que le tourisme et les promotions croisées, pour accroître la fréquentation du Sentier. Le candidat idéal pour ce poste est compétent, créatif et motivé par un réel désir de voir son équipe réussir à développer son plein potentiel tout en créant du contenu qui mobilise et rattache les Canadiens à leur sentier national, et qui apporte une pertinence aux conversations sur la culture du plein air et la préservation de notre environnement pour les générations futures.

RESPONSABILITÉS PRINCIPALES

Encadrement

- Superviser le coordonnateur Web et la conseillère aux Communications, et voir à ce qu'ils atteignent leurs objectifs et les objectifs de l'équipe.
- Assurer le respect des procédures existantes, puis suggérer des améliorations et les mettre en œuvre.
- Aider à maintenir un flux de travail organisé, productif et centré sur les intervenants.

Planification annuelle et administration

- De concert avec le vice-président, Communications et marketing, établir des objectifs de plans de travail annuels, procéder à des évaluations de la performance et recommander des formations en vue de soutenir les plans stratégiques et annuels de l'organisation.
- Diriger ou exécuter les projets des Communications et marketing liés aux médias numériques et sociaux, à la publicité, aux communications internes et externes, et aux médias traditionnels.
- Fournir des rapports précis et détaillés (budget, prévisions, performance numérique, etc.).
- S'assurer que les contrats, ententes et autres documents administratifs sont conformes aux normes éthiques et financières de l'organisation.

Production de contenu

- En collaboration avec son équipe, développer des stratégies de contenu actuelles et à fort impact, améliorer les stratégies existantes et mesurer l'efficacité des activités en place.
- Superviser l'acquisition de pièces marketing (photos, vidéos, trames audio, etc.) et s'assurer qu'elles respectent les normes et ententes de droits de la marque.
- En collaboration avec son équipe, développer ou diriger le développement de matériel promotionnel et de financement selon les besoins, y compris les encarts de journaux, les infolettres électroniques, les publicités, le rapport annuel, le site Internet de l'organisation et les demandes de dons

- S'assurer que l'anglais et le français sont correctement utilisés dans toutes les pièces produites; voir au contrôle de la qualité des pièces traduites en français.
- Soutenir les efforts de financement de STC grâce à des activités de communications et de marketing pertinentes comprenant, sans s'y limiter, la promotion de programmes et d'événements, de publicité et de marketing numérique.

Relations médiatiques et réseaux sociaux

- Assister la conseillère aux Communications dans ses relations médiatiques quotidiennes, par exemple dans le traitement des demandes des médias, la diffusion médiatique proactive, la création d'outils pour les médias, les événements liés aux relations publiques, etc.
- Assister le vice-président, Communications et marketing, ainsi que d'autres collègues et intervenants, dans la gestion d'éventuelles crises de communication.
- En tandem avec le coordonnateur Web, développer des initiatives de CRM et de médias sociaux pour approfondir les relations avec les membres de la communauté en ligne.
- Évaluer et faire un suivi des performances sur les réseaux sociaux.
- Proposer des améliorations avisées en continu pour les pratiques de STC en matière de réseaux sociaux, et utiliser les tendances actuelles et émergentes pour assurer la croissance et la rétention des auditoires de STC.

Site Internet et application mobile

- Diriger les améliorations apportées au site Internet de STC, et incorporer les nouvelles tendances et technologies qui maximiseront la promotion de la marque du Grand Sentier.
- Épauler le vice-président, Communications et marketing dans le développement de mises à jour de l'application mobile afin d'inclure les avancées technologiques et d'améliorer l'expérience des utilisateurs.

Marketing touristique

- Gérer le développement de pièces marketing et de contenus pour soutenir la stratégie marketing touristique de SCT.
- Développer et maintenir des relations avec les directions des organisations touristiques à destination.

CONNAISSANCES, COMPÉTENCES ET APTITUDES

- Grande intelligence émotionnelle et amplitudes de leader
- Connaissance démontrée de la majorité des médias sociaux actuels, du marketing numérique et des pratiques de CRM et de relations publiques
- Sens avisé de l'analyse et expérience avec les outils d'analyse et les autres plateformes de suivi
- Talent exceptionnel pour la communication écrite, à la fois en français et en anglais
- Forte habileté dans la gestion de campagnes, la production marketing et les autres projets créatifs
- Conscience des principes de diversité et d'inclusion
- Esprit entrepreneurial favorisant l'ingéniosité, la créativité, le travail d'équipe et l'innovation
- Connaissance et intérêt authentique pour les activités de plein air, le voyage, la préservation de l'environnement et la philanthropie

EXPÉRIENCE ET FORMATION

- Minimum de 7 années d'expérience dans un champ relié, incluant 3 années de gestion de personnel
- Diplôme en Administration des affaires, Communications, Journalisme, Gestion, Relations publiques ou autre champ connexe. Une vaste expérience dans l'un ou l'autre de ces domaines peut équivaloir à un diplôme.
- Au moins 5 années d'expérience en marketing numérique et en création de contenu
- L'expérience en tourisme ou en promotion touristique constitue un grand atout
- L'expérience auprès d'organisations à but non lucratif, ou encore dans les médias numériques, les *start-ups* ou en travail autonome, constitue un atout