



CONSEILLER·ÈRE, MARKETING

LA GOUVERNANCE AU FÉMININ

La Gouvernance au Féminin (LGAF) est un organisme à but non lucratif fondé en 2010 avec pour mission de soutenir les femmes dans leur avancement de carrière, le développement de leur leadership et leurs ambitions de siéger dans des conseils d'administration, en proposant notamment des événements de haut niveau avec des conférencier·ère·s inspirant·e·s de renommée mondiale, des formations en gouvernance robustes, ainsi qu'un programme de mentorat d'envergure internationale pour exécutives et professionnelles. LGAF contribue également à aider les organisations à atteindre la parité, la diversité et l'inclusion dans leur milieu de travail grâce à sa Certification Parité™. Pour en savoir plus :

www.lagouvernanceaufeminin.org

VUE D'ENSEMBLE

Relevant de la Gestionnaire, communication et marketing, *le-la Conseiller·ère, marketing* concentre ses énergies sur les initiatives visant à mieux connaître, à mieux servir et à accroître les clientèles de LGAF, sur la bonne planification et le bon déroulement des activités publiques — virtuelles et présentielles — ainsi que sur le maintien et le développement de partenariats de visibilité et de distribution. Bien noter qu'il-elle peut être amené·e à contribuer à l'ensemble des outils et/ou actions visant à promouvoir l'organisme.

TÂCHES ET RESPONSABILITÉS

- Contribuer à l'élaboration puis à l'implantation d'une stratégie de communication globale et novatrice, visant l'atteinte des objectifs de LGAF et la cohérence du message sur tous les canaux ;
- Soutenir les autres membres de l'équipe de communication et marketing dans l'élaboration des différents outils de travail ;
- Assurer la bonne planification logistique et communicationnelle ainsi que le bon déroulement des événements virtuels ou présentiels : panels de discussion et *fireside chat*, cocktails et autres opportunités de réseautage, Galas de reconnaissance annuels à Montréal et à Toronto, etc. ;
- Participer à la mise à jour des offres de partenariat et/ou de commandites événementiel·le·s, de concert avec l'équipe de développement des affaires ;
- Reconduire les ententes de visibilité et/ou opportunités publicitaires existantes et en développer de nouvelles (traditionnelles et numériques) ;
- Explorer l'usage d'outils analytiques (Google Analytics, Tracking Pixels, etc.) et être l'un des principaux points de contact auprès de fournisseur/s externe/s en marketing numérique, puis évaluer la performance des campagnes mises en place afin de formuler des recommandations ;
- Mener le vaste projet d'instauration d'une base de données adaptée aux besoins de l'organisme, de sa conception jusqu'à son implanation ;
- Participer au transfert et à la mise à jour des contacts et listes d'envoi, de concert avec les parties prenantes concernées à l'interne ;
- Repenser et/ou promouvoir le membership (individuel et groupé) de l'organisme, puis assurer les divers suivis nécessaires auprès des membres recruté·e·s ;
- Élaborer des propositions de sondage d'opinion/satisfaction ou des *focus groups*, de concert avec les différents départements concernés, puis en compiler/analyser les résultats afin de contribuer à l'ajustement de l'offre de LGAF, s'il y a lieu ;
- Rédiger des propositions de contenus clairs et rigoureux, adaptés à divers types de documents



corporatifs, puis participer à leur mise en forme au besoin (ex. : *one pagers*, dossiers de commandites, rapports/demandes de subventions, présentations PowerPoint, site web, etc.) ;

- Contribuer à l'amélioration continue des procédures internes et de la productivité.

Les tâches et responsabilités ci-dessus sont représentatives mais ne doivent pas être considérées comme exhaustives.

QUALIFICATIONS ET EXIGENCES

Éducation

Formation universitaire en communications, marketing ou autre domaine connexe (un atout), ou combinaison d'expériences professionnelles et d'études équivalentes.

Connaissances, compétences et aptitudes

- Bilingue FR/ENG, à l'écrit comme à l'oral ;
- Au moins 5 ans d'expérience dans des fonctions similaires ;
- Familiarité avec les principes généraux du marketing traditionnel et du marketing numérique ;
- Expérience en gestion de projets et/ou en organisation d'événements ;
- Bonnes compétences rédactionnelles, d'analyse et de synthèse ;
- Solide connaissance de la suite Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, Teams, etc.) ;
- Aisance avec les outils informatiques courants en communication/marketing (WordPress, Mailchimp, Eventbrite, SurveyMonkey, Canva, suite Google, GoogleAnalytics, logiciel(s) de base de données, etc.) et capacité à s'approprier rapidement de nouveaux outils ;
- Familiarité avec les réseaux sociaux : LinkedIn, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, etc. ;
- Rigueur et souci du détail ;
- Autonomie, débrouillardise et prise en charge ses dossiers ;
- Capacité à travailler en proche collaboration et dans un esprit d'équipe ;
- Bonnes compétences en gestion du temps, des priorités et du stress ;
- Volonté d'améliorer les processus existants.

CONDITIONS DE TRAVAIL

- Poste permanent à temps plein ;
- Environnement de travail hybride, bureaux avec un accès direct à la station de métro Atwater ;
- Être disponible à l'occasion pour participer à des événements en dehors des heures de bureau ;
- Date de début : dès que possible ;
- Salaire à discuter selon l'expérience.

COMMENT POSTULER

Veuillez envoyer votre CV et une lettre de motivation à info@gestionjohanneberry.com
Seul·e·s les candidat·e·s retenu·e·s seront contacté·e·s.

Nous encourageons tou·te·s les candidat·e·s intéressé·e·s à postuler sans égard au genre, à l'identité ou à l'expression de genre, à l'ascendance culturelle ou identitaire, à l'orientation sexuelle, à l'âge, aux croyances, à une situation de handicap, et/ou à tout autre motif qui a historiquement été source de marginalisation.