

**Poste : Chargé-e du digital**

Type : Emploi permanent à temps plein (35 heures par semaine)

Domaine : Communications

Lieu : Montréal

Contexte

Humanité & Inclusion (HI) est une organisation de solidarité internationale qui œuvre où il le faut, tant qu'il le faut depuis plus de 40 ans pour que les personnes en situation de handicap et les populations touchées par les crises, les conflits et les catastrophes ne soient jamais laissées pour compte. L'organisation est présente dans près de 60 pays où elle mène des projets axés sur le développement inclusif des personnes handicapées, apporte une aide humanitaire aux populations en crise et contribue à réduire la violence armée par des actions de sensibilisation, de déminage et d'éducation aux engins explosifs. Reconnue pour ses activités de plaidoyer, HI est l'une des organisations fondatrices de la Campagne internationale pour l'interdiction des mines terrestres (ICBL) et du Réseau international sur les armes explosives (INEW), co-récepteur du prix Nobel de la paix en 1997 et lauréate du prix Conrad N. Hilton en 2011.

Humanité & Inclusion Canada fait partie d'un réseau composé d'une Fédération dont le siège social est à Lyon, en France, qui met en œuvre les programmes à l'international et de huit associations nationales qui mobilisent les ressources financières nécessaires à la mise en œuvre des programmes, développent l'image et la notoriété de HI, et portent les valeurs et positionnements du réseau. Les associations nationales sont situées dans les pays suivants : Belgique, France, Suisse, Luxembourg, Allemagne, Royaume-Uni, Canada et États-Unis. Le bureau canadien de HI est basé à Montréal et à Ottawa depuis près de 20 ans.

La personne chargée du digital complétera une équipe canadienne chevronnée et collaborera avec des homologues de la Fédération HI pour atteindre des objectifs ambitieux.

Résumé des fonctions

Sous la supervision de la responsable des communications, la personne chargée du digital participera à la conception et à la mise en œuvre de la stratégie marketing dans le souci d'accroître la notoriété et la reconnaissance de la marque HI auprès de ses principales parties prenantes et du grand public.



Principales responsabilités

Réseaux sociaux et site web

- Travailler en étroite collaboration avec l'équipe de communications, de fonds institutionnels et de la collecte de fonds pour donner de la visibilité aux projets et activités de HI sur le terrain, particulièrement ceux financés par des bailleurs de fonds canadiens, sur toutes les plateformes de réseaux sociaux.
- Être responsable du calendrier de publications et de l'animation des réseaux sociaux (création de contenu visuel, planification, rédaction, publication, gestion des commentaires, etc.).
- Veiller à ce que l'ensemble du contenu produit soit conforme aux lignes directrices de la marque HI.
- Générer, surveiller, rassembler et interpréter les analyses des réseaux sociaux. Réaliser des rapports de performances en tenant compte des indicateurs KPI préalablement identifiés et les communiquer à la direction et au comité communication au besoin.

Site web et Mailchimp

- Travailler en collaboration avec la responsable des communications et le webmestre de la Fédération HI pour optimiser, mettre à jour et rendre accessible le site web via la plateforme Extenso.
- Appuyer l'équipe des communications et de la collecte de fonds dans la production de l'infolettre envoyée une fois par mois aux abonnés Mailchimp, de courriels de sollicitation destinés aux donateurs durant les urgences humanitaires, les campagnes annuelles ou à des moments clés de l'année pour HI Canada.
- Contribuer au nettoyage des listes d'audiences sur Mailchimp pour rendre les envois plus optimaux.

Collecte de fonds et plaidoyer

- Élaborer avec l'expertise de partenaires externes des campagnes de publicité numériques (Google Ads, YouTube Ads, publicités Meta) au moment d'urgences humanitaires (crises, catastrophes naturelles ou conflits armés).
- Mettre à contribution son expertise en marketing numérique pour faire rayonner la campagne *Stop Bombing Civilians* en 2024 pour rejoindre de nouveaux prospects potentiellement intéressés à donner HI.



Autres tâches

- Participer aux rencontres DigiTalk de la Fédération HI pour bénéficier de bonnes pratiques et tendances en marketing numérique.
- Apporter un appui dans la mise en page, la traduction ou relecture de tout type de document (rapports de recherche, rapports annuels, lettres de campagnes et bien plus).
- Apporter un soutien dans toute autre tâche en communication.

Profil et compétences :

- Diplôme d'études universitaires en marketing numérique, en communication ou tout autre domaine connexe
- 3 à 5 ans d'expérience en marketing web
- Excellente maîtrise des plateformes de réseaux sociaux et des outils de publicité (Google Ads, publicités Meta, YouTube Ads), des logiciels de création de contenu (Canva, Illustrator, Photoshop, Adobe Premiere), des logiciels de montage vidéo et d'autres outils web comme WordPress, Extensio, Google Analytics, MailChimp, Agora Pulse.
- Excellentes compétences rédactionnelles
- Excellente maîtrise du français et de l'anglais tant à l'écrit qu'à l'oral
- Créativité, débrouillardise, intérêt pour le travail d'équipe
- Atouts : troisième langue, expérience dans le milieu humanitaire ou à l'international

Salaire et avantages sociaux :

- Salaire : 45 000 \$ – 60 000 \$
- 2 jours par semaine en présentiel et le reste de la semaine en télétravail
- Congés annuels et jours d'obligations familiales/congés maladie
- Opportunité d'une visite de terrain
- Assurance collective et bien plus

POUR POSTULER

Veillez faire parvenir d'ici le 24 mai 2024 votre curriculum vitae et lettre de motivation à l'adresse courriel suivante : t.martin@hi.org

POUR EN SAVOIR PLUS SUR :

Humanité & Inclusion Canada : <https://hi-canada.org/>

Humanité & Inclusion (Fédération) : <https://hi.org/>