

COORDONATEUR(RICE) AUX COMMUNICATIONS ET MÉDIAS SOCIAUX

Sommaire du poste

Relevant de la direction des communications, la personne au poste de coordonateur(rice) aux communications et médias sociaux est en appui aux activités de communication de l'organisation. Cette personne doit effectuer la gestion des médias sociaux et la création/rédaction des contenus de l'organisation et accompagne également l'équipe communication et philanthropie dans tous les volets communicationnels des campagnes et stratégies de contenus.

Principales responsabilités

1. Communications :

- Participer activement à l'organisation du Brunch et sa promotion
- Présence et participation à diverses activités
- Maîtrise et gestion des différentes plateformes (RS, pro-don, site internet, etc.)
- Participer à la stratégie de communication
- Rédaction et mise en page de documents
- Rédaction communiqués de presse
- Rédaction des campagnes postales
- Rédiger et mettre en page le rapport annuel
- Participer au développement de nouvelles stratégies promotionnelles
- Communiquer avec les donateurs, partenaires et commanditaires
- Participer à différentes veilles
- Soutenir la mise en œuvre du plan d'action 2024-2027 de l'organisation
- Toutes tâches connexes

2. Médias sociaux

- Identifier les meilleures pratiques et élaborer une stratégie médias sociaux
- Planifier le calendrier éditorial médias sociaux et assurer la gestion de ceux-ci
- Procéder à la création de contenus sur diverses plateformes (Facebook, Instagram, Tiktok, LinkedIn, Twitter, etc.)
- Rédiger des contenus engageants et percutants à l'attention de divers publics, y compris des donateurs et des bénévoles, conformément à la mission, aux valeurs et à l'identité de marque de l'organisme
- Effectuer la recherche et la rédaction d'histoires et de témoignages au sujet des organismes accrédités, des bénévoles et des partenaires
- Rédiger des contenus en fonction des médiums où ils seront diffusés (articles, infolettre externe et interne, blogues, médias sociaux, contenu web, etc.)
- Fournir une couverture et un soutien promotionnel pour la diffusion sur les médias sociaux de diverses campagnes et événements.

Formation/certification

- Diplôme d'études collégiales en communications, création média, journalisme ou marketing, ou l'équivalent

Connaissances et expérience

- 2 à 3 ans d'expérience ou plus;
- Forte expérience ou connaissance en planification et gestion des médias sociaux;
- Expérience en rédaction (articles, infolettre, blogues, médias sociaux, contenu web, etc.);

- Expérience en création de contenus médias sociaux (visuels, Réels, stories, etc.);
- Expérience Canva et/ou Photoshop.
- Connaissance en marketing un atout

Compétences et aptitudes

- Rigueur – la gestion de la marque Moisson MCDQ doit être faite de façon à préserver sa réputation;
- Flexibilité – toutes les occasions de faire rayonner la marque doivent être saisies;
- Créativité – la créativité est essentielle pour créer des contenus accrocheurs et engageants sur les médias sociaux;
- Compétences en rédaction – une excellente compétence en rédaction est cruciale pour élaborer des légendes percutantes, des publications convaincantes et des messages clairs et concis;
- Veille technologique – Rester à jour avec les dernières tendances, les nouvelles fonctionnalités et les évolutions des médias sociaux. Être ouvert à l'apprentissage continu et à l'expérimentation de nouvelles stratégies et tactiques.

Ce que Moisson MCDQ offre :

- Contrat à durée indéterminée de jour, possibilité soirs et fins de semaine;
- Mode Hybride (Présentiel et télétravail)
- Taux horaire à partir de 24\$ de l'heure selon expérience
- 35 h par semaine ;
- 4 semaines de vacances à l'embauche
- Une gamme d'avantages sociaux : assurance collective et REER après période de probation

Les candidat(e)s intéressé(e)s sont invité(e)s à faire parvenir leur cv et lettre de motivation à Moisson MCDQ au courriel info@moisson-mcdq.org