

PROFIL DE POSTE

Directeur.trice – Communications stratégiques et marketing

Ontario



Notice:

Le contenu de ce document est strictement confidentiel et destiné exclusivement à son destinataire. Si vous en prenez connaissance sans justification, vous êtes tenu au secret professionnel et, par cet avis, vous êtes informé qu'il est strictement interdit de diffuser, distribuer ou reproduire les informations contenues dans le présent document.

À PROPOS DE NOTRE CLIENT

Fondée il y a plus de 25 ans, la **Société Économique de l'Ontario (SÉO)** contribue activement à la vitalité économique des communautés francophones et bilingues de l'Ontario.

S'appuyant sur une quarantaine d'employés répartis à travers la province, la SÉO favorise l'émergence de nouvelles entreprises et soutient la croissance des entreprises existantes, accompagne les nouveaux arrivants et nouvelles arrivantes francophones et bilingues dans leur intégration au marché du travail par l'accès à des emplois de qualité, appuie les employeurs dans leurs efforts de recrutement et soutient le développement économique des collectivités grâce à un ensemble d'initiatives et de programmes.

La SÉO bénéficie de l'appui de partenaires stratégiques essentiels à la réalisation de son mandat, notamment le Réseau de développement économique et d'employabilité (RDÉE Canada), dont elle est membre et avec lequel elle entretient une collaboration étroite pour faire progresser le développement économique francophone partout au pays.

La politique sur l'équité, la diversité, l'inclusion et l'appartenance (EDIA) de la SÉO guide les pratiques de l'organisation en matière de ressources humaines et de milieu de travail. Par cette politique, la SÉO affirme son engagement à offrir un environnement respectueux, inclusif et exempt de discrimination, où la diversité des parcours, des identités et des perspectives est reconnue comme une richesse. Les candidatures de personnes issues de tous les horizons, notamment celles provenant de groupes sous-représentés, sont fortement encouragées.

DESCRIPTION SOMMAIRE DU RÔLE

Relevant du Vice président – services corporatifs présidence-direction générale, le ou la **Directeur.trice – Communications stratégiques et marketing** est responsable de la définition, de l'orientation et de la gouvernance stratégique des communications et du marketing de la Société économique de l'Ontario (SÉO).

Le titulaire est appelé à jouer un rôle déterminant dans le repositionnement de la SÉO, à faire de la SÉO l'organisation de référence en développement économique francophone en Ontario. Il ou elle contribue directement à l'influence de l'organisation, à son rayonnement, à son positionnement auprès des gouvernements, des bailleurs de fonds, des partenaires et des entreprises, ainsi qu'à sa capacité d'attirer des investissements et au soutien de sa croissance

Il ou elle définit ces stratégies, encadre leur mise en œuvre et veille à la cohérence globale du positionnement, de l'identité et du rayonnement de l'organisation afin de faire de la SÉO le chef de file du développement économique des communautés francophones de l'Ontario.

Le poste exerce un leadership stratégique en matière de communications externes, de marketing, de réputation et de gestion de crise, tout en assurant une utilisation optimale des ressources humaines, financières et numériques du secteur, en collaboration avec les autres leaders de la SÉO.

Le poste est basé en Ontario.

RÔLES ET RESPONSABILITÉS

A – ORIENTATION STRATÉGIQUE DES COMMUNICATIONS ET DU MARKETING

- Définir la vision, les orientations, les priorités annuelles et la stratégie intégrée de communication et de marketing, en cohérence avec la stratégie organisationnelle.
- Élaborer, approuver et superviser la mise en œuvre des plans de communication et de marketing, incluant les objectifs, les publics cibles, les messages clés, les canaux et les indicateurs de performance.
- Développer le narratif institutionnel de la SÉO et veiller à sa cohérence à travers l'ensemble des communications, des programmes, des partenariats

et des interventions publiques.

- Piloter les mandats relevant de sa direction confiée à des fournisseurs et partenaires externes en assurant une gouvernance rigoureuse des objectifs, des budgets, des échéanciers, des livrables et des risques.
- Assurer l'alignement des communications avec la planification stratégique organisationnelle et les priorités des directions, les priorités gouvernementales et les messages institutionnels.
- Piloter les ententes avec les fournisseurs spécialisés en veille stratégique, intelligence d'affaires et analyses sectorielles, en veillant à l'alignement des livrables avec les besoins des unités d'affaires
- Définir les stratégies d'acquisition, de fidélisation et d'engagement des différentes clientèles de la SÉO, en s'appuyant sur les données, les comportements et les parcours utilisateurs.
- Analyser l'environnement, les organisations comparables et les meilleures pratiques afin d'identifier les occasions permettant de renforcer le positionnement stratégique, l'offre de valeur et l'avantage distinctif de la SÉO.
- Conseiller l'organisation sur les enjeux de positionnement, de réputation et de visibilité.

B – ÉVÉNEMENTS INSTITUTIONNELS ET VISIBILITÉ STRATÉGIQUE

- Superviser le positionnement stratégique de la SÉO lors d'événements majeurs, missions économiques et activités de développements.
- Assurer la cohérence des protocoles institutionnels et des messages clés lors des événements d'envergure.

C – GOUVERNANCE DE L'IDENTITÉ ET DU POSITIONNEMENT

- Définir, protéger et faire évoluer l'identité et le positionnement institutionnel de la SÉO et de ses sous-marques.
- Établir les lignes directrices en matière de ton, de narratif institutionnel, d'image et de cohérence visuelle.
- Valider les messages stratégiques, les éléments de langage et les contenus institutionnels sensibles.

D – ENCADREMENT DE LA MISE EN ŒUVRE NUMÉRIQUE

- Superviser et encadrer la mise en œuvre des communications numériques réalisée par l'Agent·e – Communications numériques.
- Valider les calendriers éditoriaux, les campagnes numériques et les priorités de diffusion.

- Définir les indicateurs de performance numériques et assurer le suivi stratégique des résultats.
- Orienter les ajustements requis en fonction des données analytiques et des objectifs organisationnels.

E – MARKETING ET DÉVELOPPEMENT DES AUDIENCES

- Définir les stratégies de marketing multicanal visant la promotion des programmes, initiatives et événements.
- Identifier les cibles d'audience prioritaires et structurer les parcours d'engagement.
- Superviser la planification des campagnes numériques et traditionnelles.
- Assurer l'optimisation globale de la performance marketing et la cohérence des actions promotionnelles.

F – LEADERSHIP OPÉRATIONNEL ET ÉVÉNEMENTIEL

- Planifier et superviser les budgets associés aux activités de partenariats, communications et développement stratégique.
- Préparer et présenter des dossiers stratégiques à la présidence-direction générale et sur demande, au conseil d'administration et à ses comités.

G – RELATIONS MÉDIAS ET GESTION DE RÉPUTATION

- Développer et maintenir des relations stratégiques avec les médias et partenaires d'influence.
- Agir comme conseiller stratégique auprès des porte-paroles de l'organisation.
- Encadrer la gestion des communications sensibles et des situations de crise.

H – COORDINATION ORGANISATIONNELLE ET SOUTIEN AUX DIRECTIONS

- Collaborer avec les différentes directions afin d'assurer une approche intégrée des communications.
- Valider les besoins de visibilité liés aux programmes et projets.
- S'assurer du respect des exigences de visibilité des partenaires et bailleurs de fonds.

I – GESTION ET IMPUTABILITÉ

- Superviser, encadrer et évaluer l'Agent-e – Communications numériques
- Planifier et gérer le budget du secteur, incluant les fournisseurs, agences et outils numériques.
- Établir les priorités de travail, répartir les ressources et assurer le respect des

échéanciers stratégiques.

- Produire des rapports de performance (notoriété, réputation, influence, couverture médiatique, génération de clients, engagement, conversion, etc.), bilans et rapports stratégiques destinés à la Direction et aux instances de gouvernance.

QUALIFICATIONS ET CONNAISSANCES REQUISES

SCOLARITÉ

- Diplôme universitaire de premier cycle en communications, marketing, relations publiques, journalisme ou dans un domaine connexe.

EXPÉRIENCE

- Minimum de sept (7) à douze (12) ans d'expérience pertinente en communications et/ou marketing, incluant une expérience significative en rôle de direction (gestion d'équipe, budgets, stratégie).
- Expérience démontrée en relations médias et en gestion de communications sensibles ou de crise.
- Expérience en environnement public, parapublic ou OSBL, idéalement dans un contexte multisite et financé par fonds publics (atout).

LANGUE

- Parfaite maîtrise du français et de l'anglais, tant à l'oral qu'à l'écrit

COMPÉTENCES

SAVOIR

- Communications stratégiques, gestion de marque et réputation.
- Principes et stratégies de marketing multicanal et de communication numérique.
- Relations médias, affaires publiques et gestion de crise.

SAVOIR-FAIRE

- Définir une stratégie de communication/marketing et la traduire en plans opérationnels mesurables.
- Rédiger, réviser et vulgariser des contenus stratégiques (notes de breffage, messages clés, allocutions, contenus institutionnels).
- Piloter des campagnes, gérer des fournisseurs, suivre des budgets et rendre compte des résultats.

HUMANIS

Recrutement exécutif

- Analyser des données de performance, formuler des recommandations et optimiser en continu.

SAVOIR-ÊTRE

- Leadership, influence et crédibilité professionnelle.
- Jugement, sens politique et diplomatie.
- Rigueur, autonomie et capacité à gérer des priorités concurrentes.
- Excellentes habiletés relationnelles et communicationnelles.
- Créativité, esprit de synthèse et sens du service.

RÉMUNÉRATION

- Salaire entre 90 000\$ et 120 000\$ selon l'expérience.

INFORMATION

Humanis Conseils s'engage à mener un processus de recrutement et de sélection inclusif et accessible. Des mesures d'accommodement peuvent être offertes à toute personne ayant besoin d'assistance en raison d'un handicap ou d'un besoin médical. Les personnes concernées sont invitées à nous contacter afin de discuter des aménagements possibles.

Pour postuler, nous vous invitons à transmettre votre curriculum vitae à l'adresse suivante : info@humanisconseils.com, en indiquant clairement dans l'objet du courriel le titre du poste pour lequel vous soumettez votre candidature.

Nous remercions l'ensemble des candidates et candidats de leur intérêt. Toutefois, seules les personnes retenues pour une entrevue seront contactées. Les candidatures seront traitées avec la plus stricte confidentialité.

Équipe responsable du mandat :

Robin Ferré

Consultant

robin@humanismtl.com

Yanouk Poirier, MBA

Associé-directeur

yanouk@humanismtl.com

Cynthia Labonté, MBA

Associée-directrice

cynthia@humanismtl.com

Vanezza Laudé

Consultante principale

vanezza@humanismtl.com

Maria Icaza

Consultante

maria@humanismtl.com