



COORDONNATEUR-TRICE MARKETING

Le coordonnateur s'assure du bon déroulement et du suivi de la production des projets. Il ou elle sera reconnu(e) pour son autonomie, sa débrouillardise, son aptitude à travailler en équipe, son dynamisme et sa rigueur.

Relevant de la vice-présidente groupe-conseil, **les principales responsabilités** du coordonnateur-trice sont :

Support aux campagnes marketing:

- Participer à la planification, la coordination et l'exécution des campagnes marketing (digitale et traditionnelle).
- Suivre le calendrier des projets et s'assurer que les échéances et les budgets sont respectés.
- Aider à la création de contenus (textes, visuels, vidéos, copydeck) pour les campagnes, les sites web, les réseaux sociaux et les newsletters.

Gestion des réseaux sociaux et des campagnes publicitaires:

- Publier et programmer du contenu sur les plateformes de réseaux sociaux.
- Assurer la veille concurrentielle et surveiller les tendances du marché.
- Configurer et gérer des campagnes sur les plateformes Meta (Facebook, Instagram) et Google Ads.
- Optimiser les campagnes en ajustant les paramètres de ciblage, de budget et de création pour atteindre les objectifs de performance en fonction des recommandations provenant du stratège.

Analyse et reporting:

- Suivre et analyser les indicateurs de performance des campagnes (KPIs) à l'aide d'outils d'analyse tels que Google Analytics, etc.
- Fournir des rapports sur la performance des campagnes, y compris les taux d'engagement, le trafic, et les conversions.
- Proposer des ajustements pour améliorer les performances des initiatives marketing.

Coordination avec les équipes internes et externes:

- Collaborer avec les équipes créatives pour assurer la cohérence des messages.
- Gérer les relations avec les fournisseurs externes.

Gestion administrative:

- Assurer un soutien administratif tels que les devis, la facturation, le montage de documents, l'archivage, l'ouverture de dossiers, etc.
- Émettre des bons de commande pour les services de fournisseurs et l'achat d'espaces publicitaires.
- Examiner et valider les contrats et factures des fournisseurs médias, en s'assurant de leur conformité avec les termes négociés.
- Coordonner des rencontres internes et avec les clients et préparer les salles.
- Assurer un suivi auprès des clients

Veille marketing et compétitive:

- Assurer la veille des industries des clients
- Suivre les nouvelles tendances en marketing digital, les outils et les meilleures pratiques pour optimiser les campagnes.

LES PRINCIPALES EXIGENCES

Formation académique

- **Baccalauréat**, communication, marketing, ou un domaine connexe.

Expérience

- Expérience préalable (1 à 2 ans) dans le domaine du marketing, de la communication ou de la gestion de projets.
- Participation à des projets marketing ou communication en tant que stagiaire ou junior dans une organisation.

Compétences techniques

- Capacité à planifier, organiser et superviser des projets marketing de manière efficace.
- Connaissance des logiciels de gestion de projet et des outils de la suite Google.
- Aptitude à rédiger des contenus clairs et persuasifs.
- Excellente communication écrite et orale en français et/ou en anglais.

Compétences interpersonnelles

- Capacité à gérer plusieurs tâches simultanément en respectant les délais.
- Aptitude à collaborer avec diverses équipes internes et externes.
- Être proactif et autonome.

Connaissances spécifiques:

- Connaissance des outils de marketing digital: Google Analytics, Google Ads, Meta Ads Manager.
- Bonne connaissance des réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok, X, LinkedIn) et de leur gestion.
- Compréhension des concepts de marketing en ligne, y compris le SEO et le SEM.
- Capacité à analyser les tendances du marché et à effectuer une veille concurrentielle.
- Connaissance de logiciels graphiques pour la création de visuels.