

Conseiller(ère), marketing direct et numérique

Sous la supervision du directeur principal, dons annuels, le ou la conseiller(ère), marketing direct et numérique, contribue activement à la croissance des dons annuels en concevant et en menant des campagnes de collecte de fonds performantes, où le marketing numérique, le publipostage et le télémarketing stratégique agissent en complémentarité.

Dans ce poste, vous allez développer et orchestrer des campagnes intégrées afin de créer des expériences donateurs mobilisantes et engageantes.

En étroite collaboration avec la direction des dons annuels, vous apportez une vision moderne, analytique et créative aux campagnes de collecte de fonds, en combinant rigueur opérationnelle, sens du message et culture de performance.

Responsabilités principales

Stratégie et orchestration des campagnes

- Contribuer à la définition et à l'évolution de la stratégie des dons annuels, en mettant à profit les leviers numériques, le publipostage et le télémarketing.
- Participer à la planification du calendrier annuel des campagnes, incluant les campagnes de publipostage et les campagnes numériques intégrées.
- Soutenir le directeur principal, dons annuels, dans la réflexion stratégique, la priorisation des initiatives et l'amélioration continue des approches de sollicitation.

Campagnes numériques et intégrées

- Concevoir, déployer et optimiser des campagnes numériques et multicanales (courriels, médias sociaux, publicité en ligne, SMS et plateformes transactionnelles).
- Gérer et optimiser les campagnes publicitaires numériques afin de soutenir l'acquisition et la conversion de donateurs.
- Développer des parcours donateurs cohérents et performants, où chaque canal joue un rôle complémentaire.

Publipostage stratégique

- Participer activement à la conception de lettres de sollicitation par publipostage, en collaboration avec les équipes internes et les partenaires externes.
- Contribuer à l'élaboration des messages, des angles de sollicitation et des appels à l'action, en s'appuyant sur les données, la segmentation et les apprentissages des campagnes précédentes.
- Veiller à la cohérence narrative et stratégique entre les lettres de publipostage, le télémarketing et les communications numériques associées.

- Participer à l'évolution des pratiques de sollicitation en intégrant des logiques de tests, de personnalisation et d'optimisation continue.

Performance, analyse et amélioration continue

- Analyser la performance des campagnes numériques (réponse, conversion, revenus, rentabilité).
- Identifier des opportunités d'optimisation et recommander des ajustements fondés sur les données et les meilleures pratiques.
- Partager les résultats, apprentissages et pistes d'innovation avec les parties prenantes internes.
- Assurer une veille continue des tendances et des meilleures pratiques en collecte de fonds.

Profil recherché

- Diplôme universitaire en marketing ou dans un domaine connexe;
- De 3 à 5 ans d'expérience en collecte de fonds, en marketing numérique et/ou relationnel, ou toute autre combinaison d'expérience pertinente;
- Excellente compréhension des plateformes et des outils numériques (Google Ads, Meta, Google Analytics, etc.);
- Capacité démontrée à mener des campagnes multicanales et orientées performance et innovation;
- Capacité à travailler autant sur la stratégie que sur l'exécution, avec rigueur et créativité;
- Expérience avec Luminate Online (atout);
- Conformément à la Loi 96, la maîtrise du français, tant à l'oral qu'à l'écrit, est exigée. Une connaissance fonctionnelle de l'anglais est requise, en raison de la nature des fonctions, notamment pour communiquer avec des donateurs anglophones et utiliser certains outils ou documents de travail rédigés en anglais.

Ce que nous offrons :

- Horaire de travail hybride (35 heures par semaine : 3 jours au bureau, 2 jours en télétravail);
- Régime d'assurances santé complet (médical, dentaire et bien-être) après 3 mois;
- Contribution de 5 % à un REER collectif;
- Trois semaines de vacances et 70 heures de congés personnels/maladie.
- Programme de télémédecine.

Pour postuler :

Les personnes intéressées par ce poste doivent faire parvenir leur C.V. et une lettre de présentation à Frédéric Brière, directeur principal, dons annuels, par courriel (fbri@mchf.com) au plus tard le 13 février 2026.

Nous remercions à l'avance toutes les personnes qui manifesteront leur intérêt pour ce poste. Seules les personnes retenues pour une entrevue seront contactées.

Nos valeurs fondamentales de respect, d'intégrité et de travail d'équipe définissent notre objectif commun d'aider les enfants malades qui sont notre source d'inspiration.

L'inclusion est au cœur de nos engagements. La Fondation est un employeur qui souscrit aux principes d'équité en matière d'emploi.

La Fondation de l'Hôpital de Montréal pour enfants a été créée en 1973. Notre mission est d'inspirer et de mobiliser la communauté pour soutenir l'innovation continue dans la recherche, l'enseignement et les soins à l'Hôpital de Montréal pour enfants, un centre pédiatrique de renommée internationale offrant des soins hautement spécialisés. Pour en savoir plus, visitez le site www.fondationduchildren.com.