

DESCRIPTION DU POSTE

Titre du poste :	Conseiller(ère) principal(e), communications stratégiques
Profil de rôle :	Professionnel niveau 3
Statut :	Permanent, temps plein (37,5 heures/semaine)
Relevant de:	Leader, communications numériques et développement
Lieu de travail :	Montréal, mode hybride

SOMMAIRE DU POSTE

Relevant de la leader, communications numériques et développement, le(la) conseiller(ère) principal(e), communications stratégiques coordonne, rédige et diffuse les annonces publiques, incluant notamment les profils des chercheurs, les histoires d'impact relatives aux programmes de recherche, les profils des donateurs, et le contenu de sensibilisation à la santé du cerveau sur l'ensemble des plateformes numériques (site Web, courriels, médias sociaux et infolettres).

La personne titulaire du poste contribue également à la planification stratégique des communications et agit comme partenaire clé interfonctionnel dans le soutien de la production de propositions, rapports et documents de développement philanthropique destinés aux donateurs. Dotée d'un grand sens de l'organisation et d'une forte autonomie, elle agit comme point de liaison entre les équipes, assurant avec rigueur que chaque annonce, contenu ou opportunité est stratégiquement intégré et exécuté.

RESPONSABILITÉS

- Rédiger, concevoir et mettre en page et diffuser l'infolettre mensuelle dans la plateforme CRM (Constant Contact).
- Rédiger et diffuser des annonces et des contenus éditoriaux connexes mettant en valeur l'impact du financement et des partenariats de la Fondation Brain Canada, afin de générer une couverture médiatique de qualité.
- Développer du contenu engageant et pertinent en santé du cerveau pour les infolettres, les communications numériques, le rapport annuel, le site Web et les médias sociaux.
- Publier et mettre à jour le contenu du site Web en appliquant les meilleures pratiques SEO et GEO, tout en assurant la cohérence avec les lignes directrices de la marque.
- Gérer au quotidien la présence de Brain Canada sur les médias sociaux : planification, création et diffusion de contenus liés à l'impact de la recherche, aux partenaires et au développement philanthropique destiné aux donateurs.
- Suivre et compiler les rapports mensuels de performance des médias sociaux (portée, engagement, croissance des abonnés).

- Gérer l'engagement de la communauté auprès des différents publics, répondre de manière réfléchie et favoriser le développement d'une communauté positive et active autour de la marque grâce à une gestion efficace de la communauté (community management).
- Coordonner, mettre en page et diffuser les opportunités de financement, rappels et autres communications destinées à la communauté de recherche via le CRM et les médias sociaux (Mailchimp, sujet à changement), en collaboration étroite avec l'équipe des programmes.
- Soutenir et participer activement à la diffusion des campagnes numériques tout au long de l'année, en collaboration avec l'équipe de marketing relationnel.
- Agir comme ambassadeur de Brain Canada lors d'événements publics, conférences et ateliers.
- Soutenir la conception et l'impression de matériel promotionnel pour les événements.
- Assurer la gestion complète du calendrier de contenu de Brain Canada en coordonnant de façon proactive avec les gestionnaires de programmes, les membres de l'équipe et les partenaires afin d'assurer l'alignement et la mise en œuvre des activités.
- Bonne connaissance des outils de veille médiatique (Cision).
- Effectuer toute autre tâche connexe.

QUALIFICATIONS

- Bilinguisme (français et anglais), avec excellente capacité de rédaction, de révision et de publication dans les deux langues. La personne devra communiquer régulièrement en anglais avec des parties prenantes internes et externes à travers le Canada.
- Diplôme universitaire en communications, marketing, journalisme ou autre domaine connexe.
- Minimum de 5 ans d'expérience dans un poste similaire.
- Expérience dans la gestion quotidienne de comptes de médias sociaux (LinkedIn, Instagram, Facebook, X, Bluesky, YouTube), incluant la création de contenu et l'engagement des communautés.
- Expérience démontrée de contribution à la planification stratégique des communications et à la mise en œuvre de campagnes de communications intégrées.
- Solide expérience en rédaction de contenus sur l'impact de la recherche et de matériel de reconnaissance des donateurs.
- Maîtrise de Canva pour la création de visuels et d'outils numériques.
- Atout : aisance à capter du contenu avec un téléphone intelligent et à réaliser des montages vidéo simples.
- Atout : Une expérience de travail dans les secteurs des organismes sans but lucratif, de la philanthropie, des soins de santé, de la recherche ou des communications scientifiques.

TALENTS

- Capacité à gérer et à prioriser plusieurs projets et échéances simultanément.
- Capacité à travailler de manière autonome ainsi qu'en équipe.
- Flexibilité et ouverture au changement.
- Proactivité et sens de l'initiative.
- Ouverture à la rétroaction.
- Grand sens de l'organisation et souci du détail.
- Motivation axée sur l'atteinte d'objectifs.
- Souci d'un équilibre sain entre vie professionnelle et personnelle.

Pour soumettre votre candidature, simplement envoyer votre CV récent et votre lettre de motivation à abissonnette@latetechercheuse.com Seuls les candidats retenus recevront un retour.