

**Titre du poste :** Conseiller.ère principal.e marketing et campagnes

**Superviseur :** Direction principale, philanthropie, communications et événements

**Lieu :** 9335, rue Saint-Hubert, Montréal (site Dominique-Savio)

**Type d'emploi :** Temps plein

**Dernière révision :** Juillet 2026

## **MISSION**

La Fondation des jeunes de la DPJ a pour mission de transformer la vision qu'un jeune de la DPJ a de son avenir en lui donnant le courage et la confiance de croire au champ des possibles. Pour ce faire, elle mobilise la population et alloue des sommes complémentaires à celles de l'État afin de répondre rapidement à des besoins précis et personnalisés. La Fondation travaille dans un esprit de collaboration et de complémentarité des ressources afin que s'articule, autour des jeunes de la DPJ, un cercle de bienveillance.

## **SOMMAIRE DE LA FONCTION**

En collaboration avec l'équipe des communications et du développement philanthropique, la personne titulaire du poste contribue activement à la planification, à la mise en œuvre et à l'évaluation des stratégies de marketing et des campagnes de collecte de fonds de la Fondation. Elle joue un rôle clé dans la conception et le déploiement des campagnes de collecte de fonds et de marketing intégrées (campagne de Noël, La Soirée des Grands, campagne de dons mensuels, etc.), en agissant comme expert.e-conseil en stratégie marketing. Elle veille à la cohérence des messages, à la mobilisation des partenaires et à l'optimisation des résultats, tout en assurant le rayonnement des partenaires, porte-paroles et ambassadeurs. Son travail vise à accroître la notoriété de la Fondation, à soutenir la mobilisation philanthropique et à renforcer le lien entre la cause, les donateurs et le grand public.

## **APERÇU DES RESPONSABILITÉS PRINCIPALES**

- Assurer le suivi, la mise en œuvre et l'optimisation des campagnes de collecte de fonds et de rayonnement existantes, tout en proposant et en déployant de nouvelles initiatives alignées sur les priorités stratégiques.
- Agir comme expert.e-conseil en stratégie marketing auprès de la direction et des équipes internes, en proposant des approches novatrices et des solutions adaptées aux objectifs de mobilisation et au marché.
- Collaborer avec la conseillère principale, communications et rayonnement, à la planification du calendrier éditorial et du site web, en assurant l'arrimage et la complémentarité entre les campagnes, les événements et les communications institutionnelles. Participer à la rédaction et à la gestion des publications et des communautés sur les différentes plateformes (Meta, LinkedIn, site web, etc.) de la Fondation.
- Contribuer à la mise en valeur des partenaires corporatifs, des donateurs et des porte-paroles et ambassadeurs à travers des initiatives de communication multiplateformes et en assurant le respect des engagements de visibilité.
- Déployer des initiatives de marketing relationnel et de fidélisation des donateurs (publipostages, infolettres, cycle du donateur, etc.).
- Produire, diffuser et optimiser les outils promotionnels et numériques de la Fondation, en assurant le déploiement cohérent et le rayonnement sur ses différentes plateformes (site

- web, publications et outils de communication), et contribuer à l'évolution des stratégies afin d'accroître la notoriété, l'engagement et la performance des communications, des campagnes et des événements.
- Effectuer une veille stratégique et concurrentielle pour repérer les tendances, innovations et opportunités en marketing philanthropique et en communication numérique.
  - Identifier, développer et déployer des partenariats philanthropiques et des ententes de marketing de cause, incluant l'élaboration des plans de partenariat, la préparation de propositions personnalisées, la négociation des ententes et la production des bilans de campagnes.
  - Soutenir la directrice principale et la PDG dans la mobilisation du conseil d'administration et des ambassadeurs dans le cadre des activités de sollicitation et de visibilité.
  - Participer à la préparation et au rayonnement des événements de la Fondation, en appui à la direction et à la PDG lors d'initiatives publiques ou médiatiques.
  - Contribuer à encadrer, soutenir et alimenter les porte-paroles et ambassadeurs actuels et futurs, et préparer la PDG pour ses entrevues et prises de parole médiatiques/publiques (messages clés, guides d'entrevue, coordination RP).
  - Contribuer à toute tâche connexe relative à la culture de l'organisation.

### **PROFIL RECHERCHÉ, COMPÉTENCES ET QUALIFICATIONS REQUISES**

Le profil idéal recherché allie une forte expertise en communication stratégique, marketing numérique, gestion de projet et gestion de marque, à une sensibilité marquée pour les causes sociales. Cette personne possède une expérience dans la planification et l'exécution de campagnes annuelles de collecte de fonds, maîtrise les outils de communication multicanaux et sait mobiliser divers publics, donateurs et partenaires. Elle démontre un leadership collaboratif, une connaissance du milieu philanthropique québécois, ainsi qu'une capacité à analyser les données pour optimiser les résultats. Polyvalente, créative et orientée vers l'impact, elle agit comme un pont entre la mission de l'organisation et son rayonnement auprès de la communauté.

#### **Compétences et qualifications requises**

- Diplôme universitaire en marketing, relations publiques, communications ou tout cheminement académique jugé pertinent;
- Entre 3 et 5 ans d'expérience pertinente en marketing, communications et gestion de projet (en philanthropie, un atout);
- Capacité à gérer plusieurs projets simultanément et à respecter des échéances serrées;
- Bonne résistance à l'ambiguïté et à la complexité;
- Excellente maîtrise des communications numériques et traditionnelles;
- Bonnes compétences rédactionnelles en français (anglais un atout important);
- Expérience dans la gestion de réseaux sociaux d'une organisation;
- Maîtrise des principaux outils informatiques liés au domaine des communications et de la philanthropie (Prodon, WordPress, Canva etc.)

---

## ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL

La personne titulaire du poste effectue son travail en mode hybride avec une à deux journées par semaine en présence au bureau, pour une moyenne de six jours par mois. La personne sera appelée à se déplacer lors d'événements et de rencontres avec des partenaires, collaborateurs et autres. Elle doit donc être disponible à se déplacer dans le Grand Montréal et à l'occasion, ailleurs au Québec. Les outils de travail requis lui seront fournis.

## CE QUE NOUS PROPOSONS :

- Poste permanent de 35 heures/semaine. La personne peut être appelée à travailler occasionnellement en soirée/la fin de semaine, notamment lors d'activités et événements.
- Salaire de départ entre 64 000 \$ et 74 000 \$ en fonction de l'expérience.
- 4 semaines de vacances par année et 5 semaines après 3 ans en poste.
- 7 jours de congés personnels par année, congés des fêtes payés.
- Assurances collectives payées à 65% par la Fondation, 2,5% REER et PAE.
- Stationnement payé par la Fondation et compensation mensuelle pour cellulaire.
- Faire partie d'une équipe stimulante et solidaire et œuvrer pour une cause incontournable au Québec!

La Fondation des jeunes de la DPJ favorise la diversité et le respect des différences. Nous garantissons un processus exempt de discrimination. Nous vous remercions de votre intérêt.

Si vous croyez posséder le profil recherché, veuillez faire parvenir une lettre de présentation et votre curriculum vitae par courriel à [info@fjdpj.ca](mailto:info@fjdpj.ca) dès que possible. Toutes les informations reçues seront traitées de façon confidentielle et seules les candidatures retenues pour les entrevues seront contactées.