

## **Chargé aux communications et médias sociaux**

### **IDENTIFICATION DE L'EMPLOI**

---

- Titre :** Chargé aux communications et médias sociaux à la Fondation du Barreau du Québec, poste syndiqué
- Unité administrative :** Direction générale de la Fondation du Barreau du Québec
- Durée :** Contrat de 1 an avec possibilité de prolongation

### **LIAISON**

---

Relève du Chef de la direction de la Fondation du Barreau du Québec.

### **DESCRIPTION SOMMAIRE**

---

Relevant du chef de la direction, le titulaire du poste agira comme la personne-ressource sur les questions de communication, relations publiques et des médias sociaux afin de maximiser le rayonnement de la *Fondation du Barreau* et ses différents programmes.

Son rôle consiste à initier, développer et mettre en place des stratégies de communication, en collaboration avec le chef de la direction, afin d'augmenter le rayonnement et la notoriété de la *Fondation*. Il assure la mise en place et la coordination des contenus électroniques (site Internet et médias sociaux), développe également des outils originaux de communication et participe à l'organisation d'activités de formation et événements de la Fondation.

### **TÂCHES ET RESPONSABILITÉS**

---

- Préparer et mettre en application un plan de communication, marketing et médias sociaux en étroite collaboration avec le chef de la direction;
- Assurer une vigie des activités, programmes et événements du secteur juridique et d'autres opportunités de visibilité intéressantes pour la Fondation.

#### **Médias sociaux**

- Améliorer le référencement (site Internet) et la mise en valeur des différents contenus du site.
- Créer et maintenir les différents comptes de médias sociaux (LinkedIn, Facebook, Twitter, etc.) de la Fondation.
- En collaboration avec le chef de la direction, développer un échéancier global et un calendrier éditorial pour l'ensemble des plateformes.
- Coordonner et créer du contenu original (articles, diaporamas, infographie, vidéo) pour les différents sites.
- Préparer les rapports (médias sociaux, performance et résultats de campagne) pour les différents comités de la Fondation.
- Être à l'affût des tendances et des meilleures pratiques dans le domaine des médias sociaux.

### **Rédaction et production de matériel promotionnel**

- Diffuser les programmes de la Fondation en utilisant divers outils de communications et en respectant les échéanciers préétablis.
- Produire et diffuser des infolettres promotionnelles et informatives adressées à l'ensemble de la communauté juridique ou des partenaires ciblés.
- Rédiger et mettre à jour le contenu pour les médias sociaux, publicités Web, site Internet, infolettres et communiqués de presse en améliorant la fréquence, en augmentant la qualité et la personnalisation au moyen de communications pertinentes destinées au public cible.
- En collaboration avec le chef de la direction, produire des outils de communications et de développement des affaires de la Fondation (ex. infographie, brochures, guide, présentations).
- Structurer les dossiers et les plans de visibilité des partenaires et commanditaires en collaboration avec le chef de la direction.
- Développer et coordonner des outils de promotion, de visibilité et de reconnaissance liés aux activités et programmes (cartons promotionnels, bannières, items promotionnels, infographie, attestation de formation, etc.).
- Participer à l'organisation d'activités de formation et d'événements-bénéfices de la Fondation.
- Participer à l'évolution des concepts d'événements de levée de fonds de la Fondation.

### **Relations publiques**

- Développer une liste de contacts des responsables en communication, marketing et développement des affaires de nos principaux partenaires.
- Développer de nouveaux contenus et présentations qui soient pertinents pour l'intérêt des journalistes et différents intervenants du monde médiatique.
- Maintenir à jour une revue de presse des articles faisant référence à la Fondation ou ses chercheurs.
- Rédiger des communiqués de presse en collaboration avec le chef de la direction.

### **QUALIFICATIONS REQUISES**

---

#### **Formation :**

Détenir une formation universitaire en communication ou une combinaison d'expériences jugées équivalentes.

#### **Expérience :**

Deux (2) à trois (3) années d'expérience pertinente.

#### **Habilités :**

- Solides compétences rédactionnelles.
- Expérience en rédaction, création, conception et exécution de campagnes sur les médias sociaux dans le but d'atteindre une croissance et un engagement positifs.
- Bonne connaissance dans la conception graphique.

- Connaissance du monde médiatique.
- Capacité d'avoir une vision long terme.
- Faire preuve de créativité et d'innovation.
- Démontrer une grande capacité organisationnelle, de planification et de rigueur.
- Capacité d'adaptation et esprit d'équipe.
- Connaissance du milieu philanthropique, un atout.
- Excellente maîtrise de la langue française parlée et écrite.
- Maîtrise de la langue anglaise parlée et écrite.
- Maîtrise des logiciels Photoshop, Webanalytics, WordPress, CyberImpact, Prodon, un atout

**Horaire de travail**

33,45 heures

**Lieu de travail**

Maison du Barreau, 445 boul. St-Laurent, Montréal (Québec) H2Y 3T8

**Date limite pour postuler : 28 février 2019**

**Les candidats intéressés peuvent envoyer leur CV à [infofondation@barreau.qc.ca](mailto:infofondation@barreau.qc.ca)**

Seules les personnes retenues pour une entrevue recevront une réponse.