

Conseiller-ère philanthropie et communications

De manière à mettre en lumière les gestionnaires de projets aguerris, le titulaire de ce poste agira tantôt comme chef de projet, tantôt comme collaborateur en appui aux projets de ses pairs.

Lorsque vous dirigerez un projet, vous serez responsable de planifier un échéancier viable, de diviser les tâches à accomplir parmi vos collègues et de faire un suivi rigoureux des livrables attendus pour chaque étape du projet.

Complémentairement, vous agirez à titre de collaborateur sur les projets dirigés par vos collègues en offrant un apport de qualité en matière de rédaction, de développement de stratégies, de communications numériques, de gestion de fournisseurs externes et plus encore.

Responsabilités :

Communications et gestion de projets (60 %)

- Conçoit et élabore des stratégies de communication marketing innovatrices, originales et intégrées en optimisant l'utilisation du marketing numérique pour son portfolio de projets;
- Supervise l'ensemble des activités liées à la conception et à la réalisation de matériel relié aux projets de son portfolio (communication imprimée, vidéo, Web et médias sociaux);
- Rédige des pièces de communications écrites telles que : publications, communiqués de presse, articles, rapport annuel, fiches projets, dépliants, invitations, bulletins d'informations, allocutions, etc;
- Est à l'affût des tendances, nouveautés et meilleures pratiques en communication marketing philanthropique permettant de rejoindre les clientèles ciblées et les moyens de diffusion pertinents pour les rejoindre;
- Travaille en étroite collaboration avec différents fournisseurs externes (réviseurs, graphistes, traducteurs, photographes, etc.)

Communications numériques (40%)

- Contribue au déploiement du plan de positionnement numérique;
- Contribue à la mise en œuvre de la stratégie de contenu;

- Élabore des contenus numériques variés (témoignages, vidéos, événements en direct, webinaire, etc.) à haut potentiel d'engagement et de rayonnement.

Qualifications :

- Diplôme universitaire en communication et/ou marketing;
- Minimum de trois (3) années d'expérience dans le domaine des communications;
- Détenir de fortes habiletés rédactionnelles;
- Parfaite connaissance du français et de l'anglais, parlé et écrit;
- Connaissance des bonnes pratiques en matière de rédaction Web;
- Excellente connaissance de MS Office, In Design, Photoshop, Canva et MailChimp;
- Connaissance du domaine de la philanthropie, un atout.

Qualités requises :

- Savoir gérer plusieurs projets simultanément;
- Très bon sens de l'organisation, de la planification et des priorités;
- Faire preuve d'initiative, de flexibilité et d'autonomie;
- Aimer travailler en équipe;
- Souci du détail, rigueur et minutie.

Ce que nous offrons :

- 11 journées fériées + 3 journées de congé entre Noël et le Jour de l'an;
- 7 journées de congé maladie par année (au prorata);
- 4 semaines de vacances, sur une base cumulative;
- Assurances collectives;
- REER collectif égalé par la Fondation jusqu'à concurrence de 5 % du salaire (après un an en poste);
- Horaire d'été de 34 Heures (les vendredis après-midi vous sont offerts);
- Allocation annuelle pour activités sportives;
- Des bureaux en plein cœur du Vieux-Montréal, à proximité du métro Square-Victoria;
- Politique de travail hybride offrant jusqu'à 3 jours en télétravail;
- Possibilité d'être 100% en Télétravail jusqu'à 4 semaines par année (idéal pour visiter notre beau Québec !);
- Programme d'aide aux employés et autres avantages de la famille du CHUM;
- Une équipe soudée et un environnement de travail dynamique;

- Environnement de travail favorisant la conciliation famille-travail;
- Travailler pour la cause de la santé aux bénéfiques de la population du Québec.

À propos de nous :

En octobre 1996, l'Hôtel-Dieu, l'Hôpital Notre-Dame et l'Hôpital Saint-Luc se regroupaient pour former le Centre hospitalier de l'Université de Montréal (CHUM). Quelques mois plus tard, les fondations de ces hôpitaux fusionnaient à leur tour pour devenir la Fondation du CHUM, dont les activités ont débuté officiellement le 1er mai 1998.

Mission

La Fondation a pour mission d'assurer au CHUM une source de financement complémentaire. Elle contribue ainsi à en faire une référence internationale en soins, en enseignement, en recherche et en promotion de la santé.

Rôle

C'est grâce au soutien d'une fondation qu'un établissement de santé peut accélérer son développement technologique et rayonner au plan local, national et international. La Fondation du CHUM agit comme catalyseur et véritable force motrice dans la réalisation de la mission du CHUM grâce à une multitude d'initiatives, d'activités de collecte de fonds (publipostages, sollicitations auprès de donateurs particuliers, de fondations privées et d'entreprises) et sa campagne majeure de financement.

Vous vous sentez interpellé-e par cette opportunité? Postulez dès maintenant à l'adresse suivante : rh@fondationduchum.com .

Veillez noter que seules les personnes retenues dans le cadre de ce processus de recrutement seront contactées. Nous remercions tous les candidat-e-s pour leur intérêt envers la Fondation du CHUM. Nous vous invitons à consulter régulièrement nos nouvelles offres en ligne.

