

Chargé ou chargée du marketing direct, Publipostage par courrier

Impact du poste

Le département de la collecte de fonds de MSF Canada est chargé de lever des fonds privés, principalement auprès de particuliers, par le biais de campagnes de marketing direct intégrées, de dons majeurs, de legs et de dons planifiés, afin de soutenir nos opérations sur le terrain et nos activités au Canada. Ce département génère actuellement plus de 90 millions de dollars par an et s'est donné un ambitieux objectif de croissance dans le cadre du plan stratégique 2025-2028. Les membres de l'équipe de collecte de fonds se trouvent à Toronto et à Montréal et travaillent en collaboration avec des fournisseurs dans tout le Canada.

En tant que membre de l'unité de marketing de masse, le chargé ou la chargée du marketing direct, publipostage par courrier, est responsable de superviser, de coordonner et de faire croître les activités de marketing direct, en mettant l'accent sur le publipostage, afin de soutenir les revenus générés par la collecte de fonds ainsi que la gérance des donateurs et donatrices, en travaillant en étroite collaboration avec ses collègues du département de la collecte de fonds et plus particulièrement l'équipe des campagnes intégrées.

Principales responsabilités

- Élaborer des campagnes de publipostage conformément aux stratégies intégrées de marketing direct afin de soutenir les objectifs de collecte de fonds, en collaboration avec l'équipe de MSF Canada et les fournisseurs.
- Contribuer à la conception des éléments créatifs de sollicitation par publipostage et faciliter les processus de révision, de traduction et d'approbation interne. Soutenir la création du contenu des publipostages en travaillant avec les chargées du contenu pour la collecte de fonds afin d'identifier les thèmes de campagne et les cas nécessitant un soutien; s'assurer que les meilleures pratiques de collecte de fonds et les lignes directrices relatives à la marque sont appliquées.
- Prendre en charge les différentes composantes du publipostage pour *Dépêches*, le magazine phare bisannuel de MSF Canada, et le rapport d'impact annuel (version imprimée), en travaillant avec l'équipe des campagnes intégrées et les communications autour de la stratégie multicanal et rédactionnelle.
- Gérer l'élaboration et l'approbation des dossiers stratégiques et des calendriers pour les campagnes pertinentes sur l'ensemble des canaux; travailler avec les fournisseurs et les collègues pour veiller au bon déroulement des campagnes et au respect des échéanciers et des objectifs.
- Suivre et coordonner le paiement des dépenses liées aux activités.

Compétences spécifiques à l'emploi

Élaboration et coordination des campagnes : connaissance de la planification et de l'exécution de campagnes de financement; capacité à utiliser ces connaissances afin de mener des sollicitations par publipostage (donateurs et donatrices existants, de niveau intermédiaire ou potentiels), en intégrant ces activités à celles de la fidélisation sur divers canaux.

- Soutenir la préparation de breffages pour les campagnes de publipostage et travailler avec la responsable du parcours et de l'intégration des donateurs et donatrices, ainsi qu'avec les collègues de la collecte de fonds et des communications, pour s'assurer que les campagnes sont intégrées dans l'ensemble des canaux, réalisées en temps opportun, pertinentes et qu'elles respectent la marque.
- Coordonner la création, la traduction et l'approbation du contenu; passer le texte en revue pour veiller à ce qu'il soit aligné sur la marque MSF et les meilleures pratiques de collecte de fonds.
- Gérer les campagnes de collecte de fonds à l'aide des outils et des processus de gestion de projet de MSF (Asana); travailler avec les fournisseurs et collègues pour s'assurer que les campagnes se déroulent bien, que les délais sont respectés et que les objectifs sont atteints.
- Créer des requêtes de données en soutien aux stratégies de segmentation pour les campagnes pertinentes et vérifier l'exactitude des données extraites, approuver les décomptes et chercher à obtenir les approbations de collègues de la collecte de fonds, si nécessaire, pour assurer l'alignement sur le parcours des donateurs et donatrices.
- Travailler avec le chargé de la collecte de fonds numérique pour mettre en place des formulaires de don avec suivi des conversions ou des pages de destination qui prennent en charge l'intégration hors ligne et en ligne.
- Contribuer, en concertation avec l'équipe de la philanthropie, à l'élaboration et à l'exécution de publipostages destinés à des bases donatrices spécifiques (dons majeurs, dons testamentaires confirmés).
- Aider à identifier les possibilités de collaboration entre l'équipe responsable du publipostage et celle de la philanthropie, et soutenir des campagnes entièrement intégrées sur tous les canaux de collecte de fonds.
- Suivre et coordonner le paiement des dépenses associées.

Gestion des fournisseurs

- Agir en tant que gestionnaire de projet en soutenant les processus d'élaboration, de lancement, d'exécution quotidienne et de clôture des campagnes de publipostage en collaboration avec les agences partenaires.
- Être responsable de la relation avec les fournisseurs de publipostage en tant que point de contact principal de l'unité de marketing direct. Remplacer la personne agissant de point de contact principal du télémarketing, au besoin.

Gérance, engagement et rétention

- Recommander des stratégies visant à engager les diverses bases donatrices (dons annuels, de haut niveau, de niveau intermédiaire, mensuels, majeurs et planifiés), encourager les renouvellements et les mises à niveau en collaboration avec l'équipe des campagnes intégrées, et soutenir l'exécution au moyen du publipostage et des canaux intégrés.
- Élaborer et tester des activités visant à optimiser le programme de publipostage.
- Coordonner le processus de traitement des dons associé aux campagnes concernées, en collaboration avec les collègues des équipes chargées des campagnes intégrées et des systèmes de collecte de fonds.
- Jouer un rôle actif dans l'élaboration et l'exécution du parcours des donateurs et donatrices en ce qui concerne le publipostage.

Stratégie, analyse et production de rapports

- Surveiller la performance des campagnes de publipostage, analyser les résultats et soutenir l'élaboration de stratégies pour maintenir un programme fort.
- Coordonner l'examen des résultats des activités de campagne avec l'agence partenaire de publipostage et extraire du CRM des rapports statistiques en lien avec le programme de publipostage.
- Contribuer aux réunions mensuelles d'analyse des résultats de l'équipe de marketing de masse en partageant les résultats et analyses de performance du publipostage; participer occasionnellement aux réunions avec le consultant en analytique.

- Contribuer à la planification annuelle et aux discussions sur les rapports à 6 et 12 mois pour l'équipe de marketing de masse.
- Se tenir au courant des recherches, des tendances émergentes et des pistes d'évolution en matière de dons annuels et de publipostage.

Autres

- Soutenir l'unité de marketing de masse en assumant des tâches supplémentaires au besoin et sur demande; offrir du renfort à l'équipe de marketing direct sur tous les canaux.
- Participer et contribuer au groupe de travail sur la fidélisation de MSF International.

Compétences principales

- **Travail d'équipe et coopération;** Collaboration, partage et coopération avec les autres, pour travailler ensemble vers un objectif commun. **Niveau de compétence 2 :** Partage des informations et collabore avec l'équipe et/ou d'autres.
- **Planification et organisation;** Capacité à hiérarchiser et à définir des lignes d'action, à optimiser les ressources (matérielles, humaines, financières, temporelles, etc.) et à s'assurer que les résultats attendus sont obtenus au moyen d'une gestion efficace de son travail et de celui de ses collègues, et que les responsabilités et les fonctions attribuées sont claires en tout temps. **Niveau de compétence 3 :** Suit, planifie les activités et définit les priorités.
- **Orientation vers les résultats et la qualité;** Volonté et ténacité pour atteindre les objectifs définis et mettre en œuvre des solutions efficaces dans un délai fixé, avec les ressources données et conformément aux procédures et modèles établis; volonté de chercher constamment à s'améliorer dans l'exécution de ses propres tâches et actions. **Niveau de compétence 3 :** Améliore les performances et fixe des objectifs ambitieux et réalistes.
- **Sensibilisation interculturelle ;** Capacité à reconnaître, respecter et intégrer les différences culturelles d'une manière qui facilite la réalisation des objectifs de MSF. **Niveau de compétence 2 :** Reconnaît et respecte différents points de vue.
- **Adhésion aux principes de MSF ;** Engagement à apporter une assistance médicale aux populations en détresse, dans le respect des principes de l'action humanitaire et de l'éthique médicale, et volonté d'orienter ses intérêts et ses comportements vers la mission sociale de MSF. **Niveau de compétence 2 :** Connaît les valeurs de MSF et démontre de la loyauté et du respect envers elles.

Connaissances et expérience

- Expérience professionnelle avérée dans les domaines de la collecte de fonds, des dons planifiés ou du marketing de masse
- Expérience avérée de la méthodologie et des outils de gestion de projet
- Solides compétences en informatique et une expérience avec les bases de données et les applications Microsoft Office
- Connaissance des plateformes de collecte de fonds, un atout

Éducation, certifications et langues

- Études ou formation en développement de fonds, communications, marketing, gestion d'organismes à but non lucratif ou dans un domaine connexe ou expérience équivalente, un atout
- Maîtrise de l'anglais, avec d'excellentes compétences en rédaction et en révision, obligatoire
- Maîtrise du français, un atout

Conditions de travail

- Les horaires de travail sont généralement du lundi au vendredi, de 9 h à 17 h, heure de l'Est.
- Modèle de travail hybride (présence dans les bureaux de MSF Canada : 40 % du temps par semaine)
- Bureau dans un espace ouvert, partagé avec d'autres collègues
- Le poste de travail comprend un bureau assis/debout, un tapis anti-fatigue, une chaise pivotante, un ordinateur portable avec station d'accueil et un deuxième écran

Information sur le poste

Niveau du poste : Contributeur individuel

Département : Collecte de fonds, Unité du marketing de masse

Statut du poste : Temporaire (12-14 mois)

Taux d'activité : 100 %, 37,5 heures par semaine

Lieu de travail : Toronto

Salaire : Niveau 14 sur la grille salariale de MSF Canada, soit 70 676 \$ la première année (non négociable)

Statut : Il faut être légalement autorisé-e à travailler au Canada; MSF Canada n'est pas en mesure de soutenir un processus de permis de travail pour tout-e candidat-e provenant de l'extérieur du Canada.

Avantages sociaux : des vacances à partir de 4 semaines/an, des horaires de travail flexibles, un compte crédit santé, un compte crédit bien-être, une assurance collective (vie personnelle et personnes à charge, assurance en cas de décès ou de mutilation accidentels), le plan Tranquillité d'esprit (médicaments sur ordonnance, soins dentaires accidentels, soins hospitaliers, etc.), 5 % de cotisations à un REER (aucune cotisation équivalente requise), un budget annuel de perfectionnement professionnel, le Programme d'aide aux employés et aux familles (PAEF), des ressources psychosociales internes et une culture organisationnelle positive et novatrice fondée sur nos valeurs fondamentales d'humanité, l'intégrité et les résultats.

Information supplémentaire

Organisation humanitaire axée sur les gens, MSF Canada est fière d'offrir un milieu de travail diversifié, collaboratif et inclusif. Nous croyons fermement que cette approche valorise notre travail. Nous souscrivons aussi au principe de l'équité en matière d'emploi. L'organisation cherche à attirer et à embaucher les professionnelles et professionnels les plus compétents et à entretenir avec ces personnes des relations de travail fructueuses, productives et durables. Nous aimons collaborer avec des gens qui ont des motivations et des parcours diversifiés et qui démontrent une passion manifeste pour la mission sociale de MSF.

MSF Canada reconnaît l'existence de l'oppression et du racisme systémiques, et s'engage à maintenir et à intensifier ses efforts de lutte contre le racisme et l'oppression. Alors que MSF Canada continue de grandir et de travailler à l'élimination des obstacles dans ses bureaux ici au pays et dans les projets MSF à l'étranger, nous encourageons les individus ayant des expériences uniques d'oppression intersectionnelle sur la base de leurs marqueurs sociaux, tels que l'identité ethnoraciale, l'âge, l'identité de genre, l'éducation, le statut socioéconomique ou le lieu d'origine, à poser leur candidature. Nous encourageons les personnes noires, autochtones, de couleur, en situation de handicap ou s'identifiant à la communauté LGBTQIA2S+, ainsi que toute personne méritant l'équité, à postuler.

Conformément à l'engagement pris par MSF en décembre 2021 visant à réduire nos émissions de carbone de 50 % d'ici 2030 par rapport à notre niveau de référence de 2019, nous encourageons tout le monde à adopter et à intégrer des pratiques durables et respectueuses du climat. En examinant nos activités dans une optique climatique et sanitaire mondiale, nous pouvons diminuer notre impact opérationnel. En utilisant nos activités opérationnelles pour face aux changements climatiques et à la dégradation de l'environnement en misant sur l'atténuation et l'adaptation,

nous réduirons notre dépendance aux combustibles fossiles, atténuerons notre empreinte écologique et aiderons à protéger la santé humaine. Il faut que nous tous, autant que nous sommes, à tous les niveaux et avec toutes nos compétences, mettions l'épaulé à la roue pour affronter la menace mondiale des changements climatiques.