

Offre de stage – Humanité & Inclusion Canada

Poste convoité

Stagiaire aux campagnes de médias sociaux et autre développement de contenu

Responsable

Responsable des partenariats philanthropiques

Date de début

2 juillet

Durée

6 mois

Lieu

50, Sainte-Catherine Ouest, Suite 500b, à la Maison du développement durable.
Possibilité de télétravail, mais doit pouvoir venir au siège social plusieurs fois par semaine.

Toute personne qui désire présenter sa candidature doit le faire, par courriel, au plus tard le 1^{er} juin 2019 à 17 h, auprès de Gabriel Perriau, Chargé des communications et du marketing numérique (g.perriau@hi.org).

Mandat

Dans le cadre du Programme « Compétences numériques pour les jeunes », coordonné par Communautique, Humanité & Inclusion Canada est à la recherche d'une ou d'un stagiaire en communication et marketing digital. Le ou la stagiaire devra assister le Chargé des communications & le Responsable des partenariats philanthropiques, pendant la saison estivale et la rentrée de septembre.

Il/elle sera amené(e) à travailler sur chaque facette de multiples projets, incluant la gestion des réseaux sociaux, l'optimisation du site internet et le suivi de la relation avec les donateurs. Son implication, sa créativité et l'apport de ses idées nouvelles seront précieux dans l'implantation et le suivi des campagnes.

La personne devra aussi trouver des façons novatrices d'animer nos comptes Twitter, Facebook & Instagram.

Mission : Détails

Essentiellement, le ou la stagiaire doit prendre en main la plupart des tâches sur le web. Un suivi quotidien sera assuré par le Chargé des communications et le Responsable des

partenariats philanthropiques. Nous sommes ouverts à négocier le mandat du stagiaire en fonction de vos impératifs scolaires. Nous recherchons un stage qui sera bénéfique autant pour l'ONG que pour la personne choisie.

1) Communication – Stratégie de contenu

a) Site web :

- Contenu : Mise-à-jour du site en fonction du contenu soumis par les terrains et des priorités d'HI Canada.
- Contenu : Adaptation des contenus et visuels
- Référencement organique : Intégration des contenus et des métadonnées pour renforcer le SEO.
- Rapports de performance

b) Réseaux sociaux :

- Contenu : Développer de nouvelles stratégies innovantes sur les réseaux sociaux. Établir un calendrier de contenu mutualisé pour tous les comptes de l'organisation en fonction des campagnes menées.
- Contenu : Adaptation des contenus et visuels
- Facebook : Publication de contenu en lien avec les priorités d'HI Canada.
- Twitter : Publication de contenu en lien avec les priorités d'HI Canada.
- Instagram : Publication de contenu en lien avec les priorités d'HI Canada.
- YouTube : Publication de contenu en lien avec les priorités d'HI Canada.

2) E-marketing – enregistrement des données

c) Site web :

- Contenu : Développer de nouvelles stratégies innovantes pour l'acquisition de données.
- Contenu : Tests A/B
- Liste Mailchimp
- Implantation de pop-ups (Wisepop)

d) Facebook :

- Contenu : Développer de nouvelles stratégies innovantes pour l'acquisition de données avec calendrier pour les publications sponsorisées.
- Contenu : Tests A/B
- Facebook lead forms
- Facebook Pixels

e) Messenger :

- Contenu : Développer de nouvelles stratégies innovantes pour l'acquisition de données avec l'automatisation de contenu.
 - Conversations Wise Chat
- 3) E-marketing – Optimisation de la relation avec les donateurs
- Développer du contenu affinitaire push (reporting projet, appels de fonds) pour nos donateurs majeurs et donateurs grand public (Mailchimp, infolettre The Next Step) en s'appuyant notamment sur la nouvelle segmentation de la base de données HI Canada pour nos campagnes 2019. (réactivation, fidélisation)
 - Proposer et mettre en œuvre une stratégie visant à améliorer le taux de conversion (don ponctuel/régulier) sur nos cibles.
 - Développer la fidélisation et l'obtention du trafic qualifié afin d'augmenter la base de prospects.
 - Analyse des flux webs existants (via Google Analytics) puis proposition d'actions e-marketing visant à augmenter la collecte digitale de fonds privés. (MS Flow, Zapier : automation et/ou remarketing via Google Ads notamment)

Profil recherché

- Avoir entre 15 et 30 ans au début du stage;
- Avoir récemment terminé (dans les deux ans précédant le début du stage) des études postsecondaires;
- Avoir légalement le droit de travailler au Canada;
- Être un citoyen canadien, un résident permanent ou une personne à qui le statut de réfugié a été accordé au Canada;
- Ne pas percevoir de prestation d'assurance-emploi (AE) pendant le stage;
- S'autoévaluer comme sous-employé, c'est-à-dire qu'ils sont employés en dessous de leur niveau d'éducation ou occupent des emplois à temps partiel.
- Bilinguisme (anglais et français) à l'oral et à l'écrit.

Compétences recherchées

- Connaissances de base sur la gestion back-end d'un site web
- Connaissances de base avec la suite Google notamment Google Analytics
- Connaissances de base avec MS Flows (un atout)
- Connaissances de base avec Zapier (un atout)
- Connaissances de base sur le référencement organique (un atout)
- Connaissances Facebook avec la plateforme de gestion Business Manager (Pixels & Lead forms sont des atouts)
- Connaissances Instagram

- Connaissances sur Messenger notamment sur l'automatisation des réponses (un atout)
- Posséder un vif intérêt pour l'innovation numérique.
- Force de proposition et autonomie.
- Sens aigu de la confidentialité et de l'organisation.

Qualités recherchées

- Autonomie dans le travail, esprit d'équipe et sens du service à la clientèle.
- Bon sens de l'organisation et des priorités.
- Capacité à gérer plusieurs dossiers simultanément.
- Bon jugement, professionnalisme, diplomatie, discrétion et minutie.
- Bonne capacité de communication et bonnes habiletés rédactionnelles.

Offre et conditions de stage

Un travail enrichissant dans un environnement agréable avec une équipe engagée. C'est l'occasion de vous impliquer auprès d'une ONG qui fait une différence au niveau du développement international et l'humanitaire.

Compensation financière : 14 \$/h.

Durée : À partir du 2 juillet, pendant 26 semaines.

Important : Le stage est soumis à l'acceptation de la subvention par Communauté Québec.

Avec un financement du

Canada