

Titre du poste

Chargé de marketing direct - Fidélisation

Déclaration d'impact

Le département de collecte de fonds de MSF Canada est chargé de recueillir des fonds privés, principalement auprès de particuliers, par le biais de campagnes intégrées de réponse directe, de dons majeurs, de legs et de dons planifiés, afin de soutenir nos opérations sur le terrain et nos activités au Canada. Le département génère actuellement plus de 90 millions de dollars par an et a un plan ambitieux 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 et des vendeurs dans tout le Canada.

En tant que membre de l'unité de marketing de masse, le responsable de la fidélisation est chargé de coordonner et d'élaborer des activités de marketing direct visant à renouveler, à améliorer et à entretenir les dons uniques jusqu'à 5 000 dollars des donateurs annuels et les dons mensuels des donateurs réguliers. Il travaillera également en étroite collaboration avec l'équipe numérique et l'équipe philanthropique afin d'exécuter des appels de marketing direct visant à renouveler les dons de niveau intermédiaire (5 000 \$ et plus) et les dons planifiés, et de créer des occasions d'engager ces donateurs et de les fidéliser.

Principales responsabilités

- Élaborer des stratégies intégrées de contact par marketing direct afin de renouveler, de fidéliser et d'augmenter le nombre de donateurs ponctuels et mensuels, en collaboration avec les fournisseurs et les membres des unités Marketing de masse, Philanthropie, Communication et Numérique.
- Éditer ou rédiger des textes selon les besoins, contribuer au concept créatif des appels de publipostage et faciliter les processus de révision, de traduction et d'approbation interne. Identifier les thèmes de la campagne et les cas de soutien pour le publipostage et les appels ; rechercher le contenu, les faits et les statistiques et se mettre en rapport avec le personnel sur le terrain et les experts.
- Avec le responsable des campagnes intégrées, le responsable du contenu de la collecte de fonds et le rédacteur en chef des communications, participer au processus éditorial pour Dispatches, le magazine phare semestriel de MSF et le rapport d'impact annuel (versions imprimée et numérique), notamment en éditant et en soutenant le responsable du contenu de la collecte de fonds pour la rédaction de textes, le cas échéant. Diriger le processus de révision, de traduction et d'approbation interne selon les besoins, en travaillant avec l'équipe des données pour extraire et réviser les données des donateurs, et en travaillant avec le vendeur/fournisseur pour concevoir et produire les actifs.
- Gérer le développement 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 s'assurer que les campagnes se déroulent sans heurts et que les calendriers et les objectifs sont respectés.
- Suivre et coordonner le paiement des dépenses liées aux activités de fidélisation.

Responsabilités spécifiques au poste

Développement et coordination de campagnes ; connaissance de la planification et de l'exécution de campagnes de collecte de fonds ; capacité à utiliser ces connaissances pour mener des appels et des activités de fidélisation par le biais de divers canaux.

- Proposer des thèmes, rédiger et éditer des campagnes et des communications clés sur l'intendance, en coordonnant les processus de révision, de traduction et d'approbation interne.
- Travailler avec les collègues des unités numériques et de communication pour s'assurer que nos campagnes de renouvellement, de mise à niveau et de fidélisation par le biais du publipostage, du télémarketing et des canaux numériques intégrés sont opportunes, pertinentes et conformes à la marque.
- Gérer le projet des campagnes de publipostage, de télémarketing et de fidélisation ; travailler avec les fournisseurs et les collègues pour s'assurer que les campagnes se déroulent bien et que les délais et les objectifs sont respectés.
- Vérifier les données extraites ou extraire des données pour les campagnes pertinentes, approuver les décomptes et demander l'approbation des équipes de philanthropie ou d'acquisition, le cas échéant.
- Contribuer, en concertation avec l'équipe philanthropique, à l'élaboration et à l'exécution d'un programme d'envoi de courriers et d'e-mails aux donateurs majeurs et aux donateurs de legs confirmés.
- Contribuer à l'identification des possibilités de collaboration entre le portefeuille de fidélisation et l'équipe philanthropique, notamment en ce qui concerne les donateurs de niveau intermédiaire et les donateurs planifiés par le biais de canaux de marketing direct.
- Suivre et coordonner le paiement des dépenses associées.

Gestion des fournisseurs

- Assurer la relation en tant que point de contact principal de l'unité de marketing direct avec les fournisseurs de publipostage et de télémarketing.
- Faciliter les processus d'élaboration, de lancement et de clôture des campagnes pour les principales activités de marketing direct génératrices de revenus, notamment le programme de publipostage et la mise à niveau mensuelle des donateurs.
- Contrôler l'inventaire et l'exécution, superviser les niveaux de stock des produits et travailler avec les fournisseurs pour garantir la disponibilité.

Intendance, engagement et fidélisation

- Recommander et lancer des activités visant à engager les donateurs annuels, majeurs et planifiés de grande valeur et à encourager les renouvellements et les augmentations (par exemple, des événements, des réunions d'information pour les initiés, des paquets de culture « individuels », des assemblées générales téléphoniques, etc.)
- Élaborer et tester des activités visant à fidéliser les donateurs annuels de grande valeur qui risquent le plus d'abandonner leur don.
- Développer et coordonner le processus d'exécution des dons associé aux campagnes concernées, en collaboration avec les collègues des équipes chargées des campagnes intégrées, des systèmes de collecte de fonds et de la philanthropie.
- Contribuer et coordonner les enquêtes sur les donateurs de MSF et intégrer les principales conclusions dans la stratégie globale.
- Jouer un rôle dans le développement et l'exécution du parcours du donateur en ce qui concerne le publipostage et l'intégration numérique.

Stratégie, analyse et rapports

- Contrôler les taux de renouvellement, de rétention et de mise à niveau des donateurs et soutenir les stratégies visant à assurer une croissance continue de la valeur du fichier des donateurs fidèles.

- Recevoir et examiner les rapports sur l'état d'avancement des campagnes et les rapports statistiques relatifs au programme de fidélisation des donateurs.
- Assister aux réunions avec le consultant en analyse et les fournisseurs de marketing direct. Identifier et coordonner les projets associés aux donateurs ayant donné plus de 500 dollars pour une analyse plus approfondie des données en collaboration avec le consultant en analyse.
- 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 et des domaines de développement en matière de dons annuels.

Autres

- Soutenir l'unité de marketing de masse en assumant des tâches supplémentaires selon les besoins et les demandes.
- Participer aux réunions des équipes Philanthropie et Numérique, le cas échéant.
- Participer et contribuer au groupe de travail sur la fidélisation de MSF International.

Compétences transversales clés de MSF

- **Engagement envers les principes de MSF** ; engagement à fournir une assistance médicale aux populations en détresse, en observant les principes de l'action humanitaire et de l'éthique médicale, et volonté d'orienter son intérêt et ses comportements vers la mission sociale de MSF. **Niveau de compétence 1** : fait preuve de loyauté, de sensibilisation et de respect à l'égard des valeurs de MSF.
- **Sensibilité interculturelle**; capacité à reconnaître, respecter et intégrer les différences culturelles de manière à faciliter la réalisation des objectifs de MSF. **Niveau de compétence 2** : reconnaît et respecte les différents points de vue.
- **Travail d'équipe et coopération** : implique la collaboration, le partage et la coopération avec d'autres, afin de travailler ensemble à la réalisation d'un objectif commun. **Niveau de compétence 2** : Partage des informations et coordination avec l'équipe et/ou d'autres personnes.
- **Planification et organisation** ; capacité à établir des priorités et des lignes d'action, à optimiser les ressources (matérielles, humaines, financières, temporelles, etc.), à veiller à ce que les résultats escomptés soient obtenus grâce à une gestion efficace de son propre travail et de celui de ses collègues et à ce que les responsabilités et les fonctions assignées soient claires à tout moment. **Niveau de compétence 3** : assure le suivi, planifie les activités et fixe 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 déterminé, avec les ressources données et conformément aux procédures et modèles établis ; volonté de chercher constamment à améliorer l'exécution de ses propres tâches et actions. **Niveau de compétence 3** : améliore ses performances et fixe des objectifs ambitieux et réalistes.

Connaissances et expérience

- Expérience professionnelle démontrée 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 informatiques avec une expérience des applications Microsoft Office et des bases de données.
- Une bonne connaissance des plateformes de collecte de fonds est un atout.

Éducation, certifications et langues

- Une formation en développement de fonds, en communication, en marketing, en gestion d'organisations à but non lucratif ou dans un domaine connexe, ou une expérience équivalente, est un atout.

- Maîtrise de l'anglais, avec d'excellentes compétences en matière de rédaction et d'édition.
- La maîtrise du français est un atout.

Formation requise (fournie au moment de l'embauche) :

- Confidentialité et protection des données
- AODA, droits de l'homme, accessibilité
- Équité, diversité et inclusion

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 (40 % dans les bureaux de MSF Canada et jusqu'à 60 % de travail à domicile)
- 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 de poste : Contributeur individuel

Département : Département de la collecte de fonds / Unité de marketing de masse / Fidélisation

Statut du poste : Permanent 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 \$ par année (non-négociable)

Statut : Il faut être légalement autorisé · e à travailler au Canada ; MSF Canada n'est pas en mesure de soutenir ou de relocaliser des candidat · e · s de l'extérieur du Canada.

Avantages sociaux : des vacances à partir de 4 semaines/an, un compte crédit santé annuel, un compte crédit bien-être annuel, 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 ethn raciale, 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 faire 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.