

**LE MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE SHERBROOKE EST À LA RECHERCHE D'UN(E)
RESPONSABLE DES COMMUNICATIONS ET DU MARKETING
(REMPLACEMENT D'UN CONGÉ DE MATERNITÉ)**

Situé au centre-ville de Sherbrooke dans un magnifique bâtiment historique, le Musée des beaux-arts de Sherbrooke est un organisme sans but lucratif qui a pour mission fondamentale de promouvoir les beaux-arts et d'en faire apprécier tant la valeur universelle que la saveur régionale. Le Musée possède une importante collection d'œuvres d'art et joue un rôle de premier ordre sur le plan de la conservation et de la diffusion des arts visuels dans les Cantons-de-l'Est.

Le Musée des beaux-arts de Sherbrooke est habité par de fortes valeurs d'engagement, de collaboration, de bienveillance, d'accessibilité, d'inclusion, de créativité, de rigueur et d'excellence.

DESCRIPTION DU POSTE

Relevant de la direction, le responsable des communications et du marketing s'occupe de la stratégie et de la réalisation des moyens de communication du Musée des beaux-arts de Sherbrooke. Il assure les relations avec les médias et stimule l'élargissement des publics.

Il travaille en étroite collaboration avec les différents services du Musée (conservation, médiation, direction) afin de mettre en œuvre les moyens de diffusion selon les objectifs du Musée et de ses services. Il conçoit et réalise les outils promotionnels traditionnels et numériques en plus de développer des liens avec les journalistes et partenaires du milieu.

Il s'assure que le positionnement du musée demeure cohérent avec le plan de communication de l'organisation, son image, son identité et ses valeurs.

RESPONSABILITÉS / TÂCHES PRINCIPALES

Site Internet et médias sociaux

- Développer le site Internet (WordPress) et en diriger l'évolution et la mise à jour ;
- Développer et mettre en œuvre une stratégie pour les médias sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) ;
- Préparer un calendrier de publications et assurer la qualité des communications numériques ;
- Mesurer l'impact des activités dans les médias sociaux, analyser les interactions et tenir à jour les statistiques de fréquentation du site Internet (Google Analytics) ;
- Faire les mises à jour des différentes plateformes Web de sites tiers ;
- Développer et gérer des outils de communication ;
- Développer un plan de communication et assurer sa mise en œuvre ;
- Élaborer et réaliser les plans d'action liés aux communications et au marketing en regard du budget disponible et en assurer les suivis ;
- Préparer et diffuser les infolettres et courriels ;
- Rédiger des documents divers en lien avec son secteur d'activités ;
- Gérer les listes et les envois (infolettres, communiqués) ;
- Préparer la conception, la rédaction et la révision des outils promotionnels traditionnels et numériques pour le grand public et le public spécialisé ;
- Coordonner la traduction de la documentation et du site Web.

Relations de presse

- Assurer les relations de presse, leur maintien et leur développement ;
- Gérer les demandes d'information et d'entrevues avec les médias et les conférences de presse ;
- Produire et diffuser des communiqués de presse ;
- Produire une revue de presse (coupure de presse et presse électronique) ;
- Aider à l'organisation des activités du Musée et assurer la couverture médiatique de ces événements.

Marketing, expérience client, développement de partenariat

- Déterminer et réaliser des stratégies pour augmenter la fréquentation du Musée ;
- Développer des partenariats et réaliser des ententes avec le milieu pour la promotion du Musée et de ses activités ;
- Réaliser des formulaires et des sondages de satisfaction ou de provenance ;
- Contribuer au développement du membership ;
- Récolter et analyser des statistiques du Musée ;
- Rédiger des plans de commandites ;
- Approcher des commanditaires, rédiger des plans et des demandes de commandite et en assurer le suivi.

Tâches générales

- Réviser des demandes de subventions ;
- Collaborer avec la direction et tous les membres de l'équipe au rayonnement et au développement du Musée ainsi qu'à ses activités de financement, tels les événements de collectes de fonds ;
- Développer le potentiel de son secteur d'activité ;
- Superviser le travail de stagiaires au besoin sur une base régulière (formation, encadrement) et rédiger les sections des rapports qui concernent cette supervision.

EXIGENCES

- Détenir un baccalauréat en communication et en marketing ou autre formation jugée équivalente et pertinente ;
- Détenir plus de deux ans d'expérience à ce titre de poste ou à un poste équivalent ;
- Bilinguisme (français/anglais).

PROFIL RECHERCHÉ

- Expérience dans le domaine des communications et du marketing en milieu culturel et/ou muséal ;
- Maîtrise des plateformes (Wordpress, Mailchimp) et des logiciels graphiques ;
- Maîtrise des médias sociaux Instagram, Facebook et Twitter ;
- Maîtrise de la suite Microsoft Office ;
- Connaissances de base en technologies et maîtrise des outils numériques ;
- Aptitude en gestion de projets ;
- Habiletés rédactionnelles et communicationnelles ;
- Habiletés relationnelles : entregent, diplomatie, leadership positif, respect, esprit collaboratif et aptitude pour le travail d'équipe ;
- Autonomie, sens de l'initiative et capacité d'adaptation ;
- Capacité d'organisation et de planification, souci du détail et rigueur ;
- Créativité et sens artistique.

CONDITIONS DE TRAVAIL

Type de poste : Remplacement d'un congé de maternité, temps plein, syndiqué.

Horaire de travail : 35 heures par semaine, du lundi au vendredi principalement. Peut être appelé(e) occasionnellement à travailler de soir ou de fin de semaine. Télétravail possible pour une partie des heures travaillées.

Salaire : Selon l'échelle salariale prévue à la convention collective.

Entrée en fonction : Dès que possible.

Date limite pour postuler : 18 janvier 2020, à 17 h.

Faites parvenir votre curriculum vitae et votre lettre de présentation à : direction@mbas.qc.ca

Nous vous remercions de votre intérêt pour ce poste, mais veuillez noter que seules les candidatures retenues pour une entrevue seront contactées.