



## Possibilité de carrière

L'UNICEF est l'organisation dont la mission est axée sur les enfants qui possède la plus grande portée à l'échelle mondiale. Nous travaillons sans relâche dans 190 pays et territoires pour aider les enfants à survivre. Pour défendre leurs droits. Pour les protéger. Pour les garder en santé et instruits. Pour leur donner la possibilité de réaliser pleinement leur potentiel. Notre travail pour chaque enfant dépend entièrement de contributions volontaires, notamment de dons de généreuses Canadiennes et de généreux Canadiens.

### Responsable des communications, médias numériques

(permanent; temps plein; basé à Toronto)

Relevant du responsable en chef des communications, le responsable des communications, médias numériques, est chargé d'élaborer et d'exécuter des stratégies pour les médias sociaux, de mettre en œuvre des techniques de narration numérique et de créer de véritables occasions de faire participer les publics dynamiques des médias sociaux d'UNICEF Canada. L'objectif sera de consolider la réputation de l'UNICEF en tant que principal organisme international d'aide humanitaire et de développement axé sur les enfants, et de faire valoir les objectifs de l'organisation et son image de marque.

Le titulaire du poste sera responsable des relations de l'organisation avec les médias sociaux canadiens et aura pour mission de constituer une base solide de supporteurs par le biais de canaux numériques suscitant l'engagement du public sur des questions pertinentes pour l'UNICEF. Il devra également établir et entretenir des relations solides et constructives avec les influenceurs et servir de point de contact principal pour ces publics numériques.

Responsabilités du poste :

#### Utilisation des médias sociaux (80 %)

- Élaborer la stratégie globale des médias sociaux pour soutenir les objectifs organisationnels.
- Assurer l'exécution de la stratégie globale pour les médias sociaux.
- Avoir une connaissance et une compréhension approfondies des plateformes de médias sociaux (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn, etc.) et de la manière dont les utilisateurs interagissent avec chacune pour offrir les meilleures expériences de leur catégorie.
- Créer, organiser et coordonner tout le contenu (photos, vidéos et texte) à publier sur les réseaux sociaux.
- Effectuer toutes les activités liées aux médias sociaux (c'est-à-dire gazouiller, publier, partager, participer, accroître la portée).
- Assurer la réalisation de courtes vidéos à partager sur les réseaux sociaux.



UNICEF Canada is one of 220 charities in Canada accredited by Imagine Canada for excellence in nonprofit accountability, transparency and governance.



EMPLOYER  
PARTNER



- Rédiger, organiser et publier des blogues pour unicef.ca.
- En collaboration avec les parties prenantes internes, créer des campagnes dans les réseaux sociaux et les appuyer pour atteindre les objectifs, y compris le positionnement de l'organisme, la couverture médiatique, la prospection, l'engagement des supports, la génération de revenus et les mesures de sensibilisation.
- Connaître les principes du référencement, y compris la recherche de mots clés, et mettre en œuvre les tactiques de référencement des médias sociaux.
- Présenter de manière proactive de nouvelles idées et initiatives tout en se tenant au courant des tendances émergentes.
- Établir des relations avec les publics d'UNICEF Canada par la conversation et l'écoute active.
- Établir et entretenir des relations avec les influenceurs, les partenaires et les ambassadeurs, le cas échéant, pour accroître la portée et l'influence du contenu numérique.
- Définir des indicateurs de rendement clés et suivre des critères de référence efficaces pour mesurer les initiatives dans les médias sociaux. Analyser et examiner l'efficacité des campagnes et en rendre compte afin de maximiser les résultats et faire des recommandations pour les campagnes futures.
- Contribuer à la conception d'une stratégie de positionnement pour le président-directeur général.
- Utiliser les outils de médias sociaux, c'est-à-dire HootSuite (ou similaire), Google Analytics, etc.
- Surveiller, analyser et rendre compte des analyses de données liées aux médias sociaux, y compris l'évaluation de l'étendue du public.
- Effectuer une veille des réseaux sociaux pour détecter les risques ou occasions potentiels.

#### *Soutien aux communications (20 %)*

- Rédiger des documents pour soutenir l'équipe de communication et de marketing, y compris, mais sans s'y limiter, le contenu du site Web, les blogues, les éditoriaux, les rapports des donateurs, les documents de presse et les courriels des donateurs et donatrices.
- Fournir un soutien au service des relations avec les médias de l'UNICEF concernant la sensibilisation, au besoin, pour diverses activités, lançements de rapports, événements et urgences.

Le candidat idéal doit avoir les qualités suivantes :

- Diplôme d'études postsecondaires, diplôme d'études collégiales ou expérience de travail équivalente en communication, en journalisme, dans les nouveaux médias ou dans un domaine connexe.
- Minimum de quatre (4) ou cinq (5) ans d'expérience progressive en communications numériques dans un environnement complexe.
- Passion pour les médias sociaux, la technologie et le domaine virtuel.
- Solides compétences en gestion de projet, en analyse et en organisation.



UNICEF Canada is one of 220 charities in Canada accredited by Imagine Canada for excellence in nonprofit accountability, transparency and governance.



EMPLOYER PARTNER



- Compétences exceptionnelles en communication orale et écrite, avec le souci du détail, y compris des compétences en édition.
- Capacité d'organiser et de présenter des informations dans des formats clairs et convaincants pour présenter un narratif suscitant la mobilisation en étant un communicateur créatif.
- Succès démontré dans l'exécution et l'évaluation de campagnes réussies sur les réseaux sociaux.
- Connaissance et utilisation avancées des plateformes de médias sociaux et des outils de veille.
- Solides compétences organisationnelles, avec une attention aux détails et à la qualité, tout en respectant les délais et en accomplissant plusieurs tâches dans un environnement dynamique et au rythme rapide.
- Personne axée sur les résultats qui apprécie un environnement au rythme rapide.
- Connaissance pratique du montage vidéo de base.
- Capacité de résoudre des problèmes et de créer des objectifs stratégiques.
- Capacité de penser et d'agir à la fois stratégiquement et tactiquement.
- Expérience démontrée dans la gestion de problèmes sociaux complexes et controversés par les canaux des médias sociaux.
- Expérience démontrée de travail en collaboration avec des groupes interfonctionnels pour atteindre les résultats souhaités.
- Capacité démontrée à travailler de manière autonome avec un minimum de supervision pour accomplir des tâches de haut niveau et respecter des délais multiples et simultanés.
- Expérience ou intérêt marqué pour les droits de l'enfant, le développement international et le travail humanitaire.
- Bilinguisme anglais-français, un atout.

*Échelle salariale : 62 000 \$ à 73 000 \$ par année.*

Pour que votre candidature soit prise en considération, veuillez envoyer votre curriculum vitæ et votre lettre de motivation à l'adresse [careers@unicef.ca](mailto:careers@unicef.ca) au plus tard le **24 juin 2022**. Veuillez joindre votre lettre de motivation (y compris vos attentes salariales) et votre curriculum vitæ en un seul document et mentionner clairement dans l'objet « **Responsable des communications, médias numériques** ».

UNICEF Canada remercie sincèrement tous les candidats et candidates qui ont manifesté leur intérêt pour ce poste. Nous ne communiquerons toutefois qu'avec les personnes retenues pour une entrevue.

Conformément à notre politique relative à la protection de l'enfant, la candidate ou le candidat retenu devra présenter une attestation de vérification de son casier judiciaire, y compris une vérification de son aptitude à travailler auprès de personnes vulnérables.

UNICEF Canada offre un milieu de travail inclusif et promeut l'accessibilité, la diversité et l'égalité des chances. Des demandes d'accommodements peuvent être faites à tout moment lors du processus de recrutement, pourvu que la candidate ou le candidat ait satisfait aux exigences du poste.



UNICEF Canada is one of 220 charities in Canada accredited by Imagine Canada for excellence in nonprofit accountability, transparency and governance.



EMPLOYER PARTNER



UNICEF Canada s'engage à procurer un environnement de travail sûr à nos employés, nos bénévoles, nos clients et les membres du public avec lesquels nous interagissons régulièrement. Afin de respecter notre obligation de diligence consistant à nous protéger les uns les autres et à protéger les communautés dans lesquelles nous vivons et travaillons, tous les employés, bénévoles, ainsi que toute autre personne engagée à fournir des services à quelque titre que ce soit à partir des locaux physiques d'un bureau d'UNICEF Canada doivent être complètement vaccinés contre la COVID-19 et seront tenus de divulguer leur statut vaccinal avant d'entrer dans les locaux d'un bureau. Des aménagements raisonnables seront accordés aux personnes qui ne peuvent pas être complètement vaccinées en raison de motifs protégés par la loi.



UNICEF Canada is one of 220 charities in Canada accredited by Imagine Canada for excellence in nonprofit accountability, transparency and governance.



EMPLOYER PARTNER

