



OPPORTUNITÉ D'EMPLOI

CHARGÉ DES COMMUNICATIONS - FONDATION

Le Musée

Cumulant les prix et la reconnaissance du milieu pour son originalité et son leadership, le Musée des beaux-arts de Montréal (MBAM) connaît une croissance fulgurante. Ses expositions aux scénographies audacieuses croisent les disciplines artistiques – mode, musique, cinéma – et sont exportées dans le monde (30 villes depuis dix ans). Ses programmes éducatifs et culturels s'appuient sur la richesse de sa collection et des alliances avec une multitude d'organismes communautaires, des instituts de recherche et des hôpitaux, notamment, pour enseigner, inspirer et proposer des solutions pertinentes aux enjeux sociaux actuels. Ouvert sur le monde, tout à la fois agora des arts, laboratoire ouvert à toutes les expérimentations, musée aux fortes valeurs sociales, le MBAM se redéfinit sans cesse, pour demeurer à l'image de notre dynamique métropole. Attirant l'intérêt des professionnels autant que du grand public, le MBAM est le musée le plus visité au Québec, le 2^e au Canada, le 8^e en Amérique du Nord et le 49^e dans le monde.

L'équipe

Le MBAM se démarque grâce au talent et à l'expertise de près de 300 employés et 400 bénévoles dédiés à sa mission. Provenant d'horizons professionnels et culturels variés, ils reflètent la diversité culturelle et l'énergie créatrice montréalaise. S'identifiant aux valeurs que véhicule le MBAM, inspirés par ce milieu artistique, ils aspirent avec chaque nouveau projet, à participer à l'excellence du Musée et à son rayonnement.

Le défi

La Fondation du Musée des beaux-arts de Montréal est à la recherche d'un(e) Chargé des communications. Relevant de la Chef des opérations et directrice adjointe – Dons majeurs, la personne aura la responsabilité de concevoir et développer les stratégies de communication philanthropique des diverses campagnes de financement de la Fondation ainsi que d'en implanter les plans d'actions et en gérer quotidiennement les projets qui en découlent.

Pour réussir dans ce poste, il vous faudra exercer les responsabilités principales suivantes:

- Élaborer, coordonner et mettre en œuvre, de concert avec l'équipe du Musée, la stratégie et les plans d'action de communication philanthropique des campagnes de financement : campagne annuelle, cercles philanthropiques, événements de collecte de fonds dont le Bal annuel, campagnes majeures, dons planifiés ;
- Développer des contenus et outils de communication tant imprimés que numériques ;
- Collaborer avec l'équipe des événements du Musée aux stratégies de fidélisation et de sollicitation ;
- Apporter un soutien à la sollicitation des partenariats en biens et services ;
- Veiller au respect des ententes de partenariat en étroite collaboration avec l'équipe des partenariats et des comités de bénévoles ;
- Développer et implanter des stratégies et tactiques numériques, telles que invitations html, infolettres de sollicitation et publications sur les réseaux sociaux ;
- Optimiser les pages de la Fondation sur le site internet du Musée, ainsi que les messages à caractère philanthropique sur l'ensemble du site ;
- Optimiser l'analyse des données disponibles pour améliorer les résultats de sollicitation, acquisition et fidélisation des donateurs ;
- Assurer une vigie des actions de communication dans le secteur philanthropique ;
- Participer à l'instauration des meilleures pratiques en communication philanthropiques au sein de l'organisme.

Détenir ces qualifications :

- Baccalauréat en communications ou un autre domaine connexe ;
- Connaissance des pratiques philanthropiques et expérience pertinente dans le domaine idéalement dans le milieu culturel ;
- Expérience dans des fonctions similaires, minimum de 5 ans ;
- Excellentes connaissances du marketing numérique et des médias sociaux ;
- Connaissances de MS Office, de logiciels Adobe (Illustrator, In Design) et de logiciels de bases de données CRM.

Posséder ces aptitudes et capacités:

- Excellente communication orale et capacité de rédiger tant des plans de communication que des lettres de sollicitation en français et en anglais ;
- Capacité à gérer plusieurs dossiers à la fois et à travailler sous pression ;
- Fait preuve de leadership auprès de l'équipe à la Fondation et auprès de l'équipe des communications du Musée ;
- Capacité interpersonnelle, dont la diplomatie, afin de travailler en collaboration avec les différents partenaires ;
- Rigueur et attention aux détails car chacun de nos donateurs est important ;
- Grande capacité à s'ajuster et d'adaptabilité.