



Le Grand Théâtre est reconnu comme étant un organisme majeur en matière de diffusion de toutes les disciplines des arts de la scène. Il a pour mission de procurer un lieu de résidence aux organismes artistiques majeurs, favoriser l'accessibilité aux diverses formes d'art de la scène et promouvoir la vie artistique et culturelle au Québec. Le Grand Théâtre est à la recherche d'un ou d'une :

## **Chargé(e) de communication numérique**

### **Identification de l'emploi**

Titre : Chargé(e) de communication numérique  
Supérieur immédiat : Chef du service du marketing et des communications  
Statut d'emploi : Technicien en information

### **Sommaire du rôle et des responsabilités**

Sous la responsabilité du chef du service du marketing et des communications, le titulaire du poste gèrera et animera les médias sociaux du Grand Théâtre de Québec (GTQ) et verra à l'élaboration, à la création, à la production et au déploiement des contenus en marketing par courriel. Il participera également à l'élaboration et à la déclinaison des stratégies en communication et marketing numériques. Un poste à saisir pour toute personne à la recherche d'un rôle opérationnel offrant l'opportunité de contribuer stratégiquement au rayonnement numérique du Grand Théâtre de Québec!

La personne sélectionnée devra faire preuve d'un bon sens tactique en communication et en marketing numériques, sera créative et aura de fortes habiletés en rédaction. Elle sera rigoureuse, organisée et autonome pour la gestion des projets qui lui seront confiés.

### **Description des principales tâches**

#### **Volet stratégique et tactique (30%)**

- Collaborer à l'élaboration des stratégies de contenus en fonction des plateformes numériques et des médias sociaux.
- Faire la recherche et l'idéation de contenus pour les actions ciblées en marketing, par courriel, par les médias sociaux et par les infolettres du GTQ.
- Optimiser, décliner et amplifier les contenus selon les particularités des médias sociaux et des clientèles ciblées.
- Collaborer à la mise en place des stratégies et tactiques d'acquisition de données et de conversion.
- Produire les rapports de performance, évaluer les tactiques déployées et identifier les améliorations à apporter.
- Développer des relations avec les influenceurs et groupes d'intérêt pour promouvoir la programmation du GTQ sur internet.
- Collaborer aux suivis budgétaires liés aux projets sous sa responsabilité.
- Participer à l'élaboration des campagnes de communication du GTQ (tempêtes d'idées, briefings d'agence et préparation des contenus).

## **Volet déploiement (70%)**

- Élaborer le calendrier éditorial en fonction des stratégies adoptées par ses supérieurs, de la programmation du GTQ et des ententes avec les clients et partenaires.
- Planifier et coordonner les actions ciblées en marketing, par courriel et par les infolettres du GTQ.
- Procéder à la rédaction et à la création de contenus numériques (médias sociaux et infolettres) à l'aide des gabarits de publication en place (intégration de contenus).
- Animer les médias sociaux du GTQ et susciter de l'engagement.
- Assurer la gestion des commentaires sur les médias sociaux.
- Collaborer à la gestion des placements publicitaires sur les médias sociaux avec le chef de service et les collaborateurs externes.
- Assurer une veille stratégique sur internet et les médias sociaux (contenus d'intérêt à partager, campagnes publicitaires, initiatives promotionnelles, etc.).
- Être présent lors de certains spectacles et d'événements du GTQ pour assurer une visibilité à l'organisation sur les médias sociaux en temps réel.
- Assurer la continuité de certains dossiers dans le cas de l'absence ou surcharge du chef de service et des collègues du service du marketing et des communications.
- Toutes autres tâches connexes.

## **Exigences et profil du candidat**

- Détenir un diplôme d'études collégiales techniques (DEC) avec une expérience professionnelle minimale de 3 ans en communication, en marketing ou dans une discipline jugée pertinente.
- Avoir des compétences développées en création de contenus, en rédaction ainsi qu'en gestion et animation des médias sociaux.
- Avoir une pensée tactique pour assumer son rôle et ses responsabilités avec autonomie.
- Maîtriser les mécanismes d'amplification des contenus et de promotion sur les médias sociaux et être à l'affût des innovations techniques et technologiques en la matière.
- Maîtriser les bonnes pratiques en production et diffusion d'infolettres (*Loi C-28*).
- Démontrer un intérêt marqué pour le domaine des arts de la scène et de la culture.
- Posséder une bonne compréhension des dynamiques de mise en marché dans le marché de Québec.
- Bonne connaissance des logiciels de bureautique Microsoft Office et des logiciels d'édition web.
- Bonne connaissance des outils d'analyse numériques.
- Très bonne maîtrise du français à l'écrit et à l'oral.
- Avoir un sens de l'initiative.
- Être rigoureux, avoir un esprit d'analyse et de synthèse, être en mesure d'organiser son travail de manière à atteindre les objectifs communs du service du marketing et des communications.
- Être orienté client et travailler à dépasser leurs attentes en matière de satisfaction et d'expérience.

Les conditions d'emploi sont celles applicables à la convention collective en vigueur.

Prière de faire parvenir votre curriculum vitae par courriel à [emploi@grandtheatre.qc.ca](mailto:emploi@grandtheatre.qc.ca) en indiquant le poste pour lequel vous souhaitez soumettre votre candidature.

Date limite pour soumettre une candidature : **22 octobre 2021**

*Seules les personnes retenues pour une entrevue seront contactées. Le Grand Théâtre de Québec souscrit aux principes de confidentialité et d'équité en matière d'emploi. Le genre masculin est utilisé sans discrimination et uniquement dans le but d'alléger le texte.*