
DESCRIPTION DE POSTE

POSTE : Gestionnaire médias sociaux
DÉPARTEMENT : Communications et marketing
DATE : 26 janvier 2012

Rôle

Relevant du Directeur des communications et marketing, le gestionnaire médias sociaux est responsable de développer et déployer les stratégies de médias sociaux propriétaires et non propriétaires. Stratège, il oriente les stratégies actuelles et futures et développe la présence de Montréal dans les médias sociaux.

Il agit à titre de gestionnaire de communauté, il développe les stratégies de contenu et gère la réputation de Montréal. Il favorise l'adoption des médias sociaux par les employés de Tourisme Montréal, ses partenaires, ses membres, les influenceurs et la communauté montréalaise. Les objectifs principaux visés par ce poste sont : d'accroître le bruit (l'empreinte digitale) sur Montréal ; de fédérer les communautés locales, les influenceurs et les voyageurs à communiquer leurs expériences ; de maximiser l'engagement social par ces acteurs.

Il travaillera en étroite collaboration avec les équipes de contenu, les gestionnaires de communication et l'équipe des technologies de Tourisme Montréal.

Tâches

- Animer et modérer les médias sociaux propriétaires de Tourisme Montréal.
- Encadrer les ressources internes afin de favoriser l'adoption des principes directeurs des approches de médias sociaux incluant la gestion des risques.
- Préparer des formations et encadrer les employés, les partenaires et membres de Tourisme Montréal sur l'ensemble des médias sociaux propriétaires et non propriétaires (blogs ; TripAdvisor ; forums sur de sites niches de type « Chowhound ») en collaboration avec d'autres services au sein de l'organisation (ressources humaines, services aux membres).
- Élaborer, gérer et accroître la présence de Montréal dans l'ensemble des médias sociaux non propriétaires.
- Élaborer et déployer les calendriers des contenus.
- Supporter les gestionnaires de communication dans l'implantation des stratégies médias sociaux en lien avec les campagnes de communication. Maximiser et optimiser leur utilisation.
- Superviser les stratégies de SEO et SEM.
- Participer au développement des stratégies de mobilité.
- Utiliser et développer des outils de mesure quantitatifs et qualitatifs de médias sociaux.

Aptitudes

- Maîtrise de la langue française et anglaise à l'oral et à l'écrit et des styles de communications propres aux différents médias sociaux.
- Maîtrise des médias sociaux et les technologies de l'information.

- Personne organisée, rigoureuse et minutieuse.
- Personne créative et autonome.
- Possède du leadership et aime travailler en équipe.
- Fait preuve d'excellentes compétences relationnelles et communicationnelles.
- A une connaissance approfondie de Montréal et de son offre touristique

Exigences académiques et compétences professionnelles

- Diplôme universitaire de premier cycle (journalisme, communication).
- Expérience de cinq ans pertinente.
- Sérieuse expérience en médias sociaux et technologie de l'information.
- Maîtrise de la suite Microsoft Office : Word ; Excel ; PowerPoint ; Outlook.
- Connaissance de « Google Analytics » et des outils de mesure des médias sociaux.

Toute personne intéressée à postuler est priée de transmettre son curriculum vitae avant le 19 février 2012 à :

Isabelle De Roquette
Gestionnaire, Ressources humaines
Tourisme Montréal
1555, rue Peel, bureau 600
Montréal QC H3A 3L8
deroquette.isabelle@tourisme-montreal.org
Télécopie : 514-844-5757

Par souci d'équité envers tous les candidats, aucun renseignement ne sera transmis par téléphone. Seules les personnes retenues pour une entrevue recevront un accusé de réception. L'utilisation du masculin est choisie pour des fins de lisibilité; il inclut le féminin et n'est pas discriminatoire.