

Directeur(trice), marketing et mobilisation – Opération Gareautrain Canada

Lieu : Ottawa (Ontario -mode hybride)

Échelle salariale : 120 000 \$ – 130 000 \$

Envoyez vos CV à : hr@railcan.ca

Pourquoi vous joindre à Opération Gareautrain Canada

Dirigez des campagnes nationales qui sauvent des vies.

Il s'agit d'une occasion unique de piloter des campagnes d'envergure, axées sur un objectif concret : prévenir les incidents ferroviaires et sauver des vies. Vous évoluerez au carrefour de la sécurité publique, du gouvernement et de l'industrie, en contribuant à façonner la façon dont les Canadiens comprennent et adoptent les comportements sécuritaires en matière ferroviaire.

Aperçu du poste

Opération Gareautrain est une initiative de partenariat de l'Association des chemins de fer du Canada (ACFC) et de Transports Canada. Elle collabore avec l'industrie ferroviaire, les gouvernements, les services policiers, les syndicats ainsi que de nombreux organismes publics et groupes communautaires afin de promouvoir la sécurité ferroviaire partout au Canada.

Le ou la directeur(trice), marketing et mobilisation assure le leadership stratégique des activités nationales de marketing, de communications et de mobilisation des parties prenantes d'Opération Gareautrain Canada. Relevant du directeur national, Affaires publiques et gouvernementales à l'ACFC, cette personne dirige l'élaboration et la mise en œuvre de campagnes intégrées et multicanaux qui renforcent la marque, élargissent la portée auprès du public, favorisent l'engagement des partenaires et contribuent à sauver des vies. Elle supervise une petite équipe ainsi que des partenaires externes afin de livrer des campagnes nationales, des stratégies numériques, des relations médias et des initiatives de mobilisation, et est responsable de la mesure des résultats et de l'alignement avec les exigences de financement et les objectifs d'impact national.

Responsabilités principales

1. Leadership en marketing et image de marque

- Diriger l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie nationale de marketing et de mobilisation pluriannuelle alignée sur le mandat d'Opération Gareautrain

- Renforcer et assurer la gestion de la marque Opération Gareautrain (« Regardez, écoutez, vivez ») afin de garantir une présence cohérente, moderne et percutante à l'échelle nationale
- Concevoir et déployer des campagnes nationales intégrées sur les canaux payants, acquis, partagés et détenus
- Superviser la stratégie numérique, incluant le site Web, les médias sociaux, le marketing par courriel et les plateformes émergentes
- Définir et suivre des indicateurs de performance afin de mesurer la portée, l'engagement, les changements de comportement et le rendement des investissements
- Assurer l'excellence et la cohérence des communications bilingues (français et anglais)

2. Mobilisation des parties prenantes et partenariats

- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie nationale de mobilisation des parties prenantes visant à renforcer les relations avec les acteurs de l'industrie, du gouvernement, des services policiers, du milieu de l'éducation et des médias
- Développer et maintenir des partenariats stratégiques afin d'accroître la portée et l'impact des programmes
- Fournir des orientations stratégiques aux partenaires provinciaux afin d'assurer l'alignement avec les priorités nationales
- Représenter Opération Gareautrain lors de conférences, de forums publics et de rencontres avec les partenaires
- Agir à titre de porte-parole sur les enjeux de sécurité ferroviaire et de sensibilisation du public, au besoin

3. Communications et relations médias

- Diriger les relations médias à l'échelle nationale, ainsi que la gestion des enjeux et des communications de crise afin de protéger et renforcer la réputation de l'organisation
- Superviser la production de matériel de communication de haute qualité (rapports, trousseaux, outils et campagnes)

- Favoriser une présence médiatique proactive afin d'accroître la visibilité nationale
- Veiller à ce que les messages soient fondés sur des données, adaptés aux publics cibles et alignés sur les priorités de l'ACFC

4. Campagnes et programmes

- Diriger la planification et la mise en œuvre des campagnes nationales et des initiatives phares, incluant la Semaine de la sécurité ferroviaire
- S'assurer que les campagnes génèrent des résultats mesurables et une forte participation des partenaires
- Soutenir et améliorer le Programme des présentateurs d'Opération Gareautrain afin d'en maximiser la portée et la cohérence
- Arrimer les stratégies de marketing aux activités de sensibilisation et d'éducation du public aux niveaux national et provincial

5. Leadership et opérations

- Diriger et encadrer une petite équipe en favorisant une culture de responsabilisation, de collaboration et d'innovation
- Gérer les agences, fournisseurs et consultants externes afin d'assurer la qualité des livrables dans le respect des budgets et des échéanciers
- Superviser le budget de marketing et de mobilisation et assurer une gestion financière rigoureuse
- Fournir des rapports de performance réguliers et des conseils stratégiques à la direction de l'ACFC
- Contribuer à la planification organisationnelle et à l'amélioration continue

Portée et responsabilités

- Responsable de la stratégie nationale de marketing et de mobilisation, de l'intégrité de la marque et de la performance des campagnes
- Supervise une équipe interne ainsi que des partenaires et agences externes

- Gère l'allocation budgétaire en conformité avec les exigences de financement
- Conseille la direction de l'ACFC et représente Opération Gareautrain auprès de parties prenantes de haut niveau, y compris Transports Canada
- Veille au respect des obligations en matière de reddition de comptes et de financement

Exigences du poste

- Diplôme postsecondaire en communications, marketing, relations publiques, politiques publiques, administration ou domaine connexe
- 8 à 10 ans ou plus d'expérience progressive en leadership dans les domaines du marketing, des communications, de la mobilisation du public ou des affaires publiques, incluant la direction de campagnes nationales
- Expérience démontrée dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies de marketing intégrées et multicanaux
- Solide expérience en relations médias et en gestion des enjeux
- Capacité éprouvée à établir et influencer des relations avec des parties prenantes de haut niveau
- Expérience en gestion d'équipes, d'agences et de budgets complexes
- Bonne compréhension des plateformes numériques, de l'analytique et de la mesure de performance
- Excellentes aptitudes stratégiques et capacité à transformer des analyses en actions concrètes
- Jugement sûr dans des contextes de communication sensibles ou à forte visibilité
- Expérience dans des partenariats public-privé, des organismes sans but lucratif ou des secteurs réglementés (atout)
- Connaissance du secteur ferroviaire, des transports ou de la sécurité publique (atout)
- Maîtrise des deux langues officielles (français et anglais) fortement privilégiée

Conditions de travail

- Poste basé à Ottawa (mode hybride)
- Déplacements occasionnels à l'échelle nationale
- Travail occasionnel en soirée et les fins de semaine lors de campagnes et d'événements
- Capacité à gérer plusieurs priorités dans un environnement dynamique et à forte visibilité