

## Exemple d'offre

### ■ Responsable marketing H/F 40 K€ à 45 K€/an

Notre Organisation de Solidarité Internationale a plus de 60 ans d'expérience au service de l'enfance. Dans le cadre de sa croissance, notre bureau Français composé d'une quinzaine de salariés, recherche son Responsable Marketing.

Poste et missions : Rattaché(e) à la directrice nationale, vous définissez et coordonnez la mise en œuvre de la stratégie de collecte de fonds off line et on line auprès du grand public. Vous assurez la définition du contenu de nos messages d'appel à dons et la coordination des prestataires pour en assurer la réalisation. Vous assurez l'optimisation des campagnes de collecte en cours et vous veillez à rester informé(e) des nouveaux outils de collecte au sein du milieu associatif afin de développer le recrutement de donateurs via différents canaux, avec un message adapté selon le canal et le public ciblé. Vous gérez la mise en place et l'analyse des tableaux de bord de résultats des campagnes et assurez le suivi budgétaire des opérations marketing. Vous encadrez 3 chargées de marketing et travaillez le cas échéant en partenariat avec des agences conseil.

Profil : Expériences : Vous avez une solide expérience professionnelle de 6 ans minimum en marketing B to C. Une expérience équivalente de « fundraiser » [collecteur de fonds] dans une association ou fondation serait un plus. Vous avez une formation supérieure en Marketing et Communication, ou vous êtes diplômé(e) d'une Ecole de Commerce. Vous êtes pragmatique, dynamique et volontaire et vous souhaitez mettre votre expérience au service d'une action humanitaire. Langues : Anglais courant impératif/ environnement international. Qualité : Autonome, doté d'un état d'esprit positif et ouvert, le Responsable Marketing sera force de propositions. Rigueur, organisation et réelles qualités de management sont indispensables pour réussir dans ce poste.

Source : Apec

## Exemple d'offre

### ■ Responsable marketing direct H/F

Sous l'autorité de la Direction du développement des Ressources, le/la responsable marketing direct met en place les opérations de collecte de fonds. Il/elle est force de proposition en stratégie, et chargé également d'établir les tableaux des résultats, du suivi des campagnes, de la prévision et de l'estimation des retombées économiques.

– Etant en charge des budgets, il a des objectifs de collecte pour chaque entité et met tout en œuvre pour y parvenir ;

– Etablit le plan annuel des collectes par publipostage et différents types de collectes avec les différentes entités concernées et veille au respect des plannings ;

– Met à disposition des entités les moyens nécessaires à la réalisation des opérations de marketing direct (environ 50 campagnes par an au total) ;

– Travaille quotidiennement sur les bases de données hébergées chez les prestataires ;

– Etablit les plans fichiers de prospection en fonctions des résultats ;

– Analyse les résultats de chaque opération de publipostage : participe aux études quali/quantitative, compile les données de la base de données afin d'établir des résultats hebdomadaires ou mensuels ;

– Participe à l'élaboration des budgets de marketing direct pour chaque entité et préconise des solutions pour les atteindre ;

– Il prépare et exécute l'intégralité de l'envoi des campagnes : briefing avec l'agence, en exposant clairement le contexte et les résultats en cours ou passés, l'enjeu de l'opération. –

Bac +4. Bonne maîtrise informatique, notamment celle des systèmes d'hébergement des bases de données. Goût des chiffres. Meticuleux, organisé, sens du détail, capacité d'analyse. Qualités relationnelles : qualité d'écoute, goût du travail en équipe.

CDI.

Source : AFF