



Offre d'emploi Chargé-e de mission on et offline

AIDES, première association de lutte contre le sida et les hépatites en France recrute son/sa chargé-e de mission on et offline.

Vous souhaitez rejoindre une organisation en pleine transformation digitale pour l'accompagner dans ce virage stratégique ? Créatif-ve, curieux et dynamique, vous êtes particulièrement intéressé-e par la collecte, l'univers du digital et tout son éco-système, vous souhaitez vous investir sur des thématiques engagées, ce poste est fait pour vous ! Véritable expert-e du digital vous avez un rôle de conseil stratégique et pilotez la réalisation opérationnelle des campagnes de collecte on et offline au sein du service collecte grand public.

Rattaché-e à la Directrice Communication & Collecte, il/elle rend compte au responsable de la collecte de fonds auprès du grand public de AIDES.

Mission générale :

Il/elle co-construit la stratégie marketing omnicanale et la met en œuvre pour développer la collecte on et offline de AIDES. Il/elle participe à l'élaboration d'un plan d'action et d'un budget annuel servant la stratégie pluriannuelle de collecte. Il/elle concourt en lien avec le responsable de la collecte et la coordinatrice marketing 360° à l'élaboration stratégique et au ciblage des campagnes marketing. Il/elle participe à l'élaboration des contenus des supports de collecte et au suivi de fabrication, en lien avec un/e stagiaire. Il/elle établit un bilan stratégique des campagnes et formule des propositions d'optimisation. Il/elle suit le budget et la facturation des prestataires digitaux

Missions spécifiques :

Elaboration et pilotage des opérations de collecte digitales (Search, display, native ads et Réseaux sociaux)

- Vous élaborez un plan d'acquisition de trafic digital pour nourrir les objectifs d'acquisition de leads et de nouveaux donateurs (module de leads newsletter etc.) en lien avec le/la chargé(e) de webmarketing,
- Vous pilotez les performances du plan d'acquisition de trafic digital en lien avec le/la chargé(e) de webmarketing mesure, analyse et optimisation de la performance à partir des indicateurs et tableaux de bord mis en place.

Campagnes « temps forts » de collecte

- Vous définissez la stratégie de collecte des campagnes « temps forts » #fetelamour et campagne de fin d'année
- Vous gérez la production, coordonnez les agences et prestataires lors des campagnes « temps forts » #fetelamour et campagne de fin d'année en lien avec le/la chargé(e) de webmarketing
- La production et mise au format des assets créatifs serait un plus (créations Canva pour Facebook ads et bannière displays).

Elaboration et pilotage des opérations d'acquisition de leads to call

- Vous élaborez les opérations d'acquisition de leads to call, proposez les thématiques des pétitions/quiz et définissez les angles, définissez le message, briefez les agences media et gérez la production en collaboration avec le/la chargé(e) de webmarketing et la chargée de télémarketing.

- Vous pilotez et accompagnez les résultats des campagnes digitales : mesure, analyse et optimisation de la performance à partir des indicateurs et tableaux de bord mis en place.

Consolidation et fidélisation des donateurs digitaux

- Vous élaborez le calendrier de sollicitation de la base active, donateurs et sympathisants, proposez les thèmes et angles des différents emails, définissez les messages selon les cibles, rédigez et créez les emailings,
- Vous élaborez des campagnes de marketing automation axée acquisition et fidélisation.

Rédaction de contenus, Marketing direct

- Vous rédigez les contenus de campagne d'appel à dons destinés aux courriers, emails et pages web en lien avec une rédactrice externe, pour cela vous êtes en lien avec les équipes terrain et plaidez pour obtenir les informations et témoignages à mettre en avant dans les contenus.
- Avec un-e stagiaire vous assurez le suivi de la création et de la fabrication des communications papier avec les prestataires : studio graphique et bureau de fabrication.

Veille et transversalité

- Dans le cadre du partage des bonnes pratiques, vous participez aux working groups au sein de France générosité et consultez les études réalisées avec la coordinatrice marketing 360.
- Réalisez une veille concurrentielle et stratégique des autres acteurs du secteur, en France et à l'international.

Formation et expérience requise

- Formation supérieure en marketing digital
- Expérience significative de 3 ans minimum dans un poste similaire de préférence en agence fundraising ou marketing, ou dans une association

Compétences et capacités requises :

- Maîtrise des techniques de marketing digital de collecte de fonds :
- Maîtrise des outils de web analyse type Google Analytics, Matomo, AT Internet, et de solutions de heatmap type Hotjar ou Clarity, Maîtrise des outils pour réaliser des tests d'UX design comme Google Optimize serait un plus ;
- Connaissances digital advertising
- Excellentes capacités de rédaction ;
- Capacités d'analyse chiffrée de campagnes marketing ;
- Excellent relationnel ;
- Maîtrise du Pack office et de Canva
- Rigueur et bonne capacité d'organisation ;
- Capacité à travailler en équipe ;
- Autonomie et force de proposition ;
- Adhésion aux combats et aux valeurs de AIDES.

Conditions :

- Contrat : CDI temps plein (35h)
- Rémunération selon la grille de l'accord d'entreprise de AIDES.
- Conditions Catégorie de rattachement : 3
- Avantages : mutuelle + prévoyance + tickets restaurants + remboursement 50% Pass Navigo
- Lieu de travail : Pantin (93)

- Télétravail possible 3 jours par semaine maximum
- Poste à pourvoir dès que possible

Lettre de motivation et CV à envoyer à AIDES :

Renaud Wanquet, responsable Collecte de fonds grand public - rwanquet@aides.org