



Canadian Mental
Health Association
Mental health for all

Association canadienne
pour la santé mentale
La santé mentale pour tous

Possibilité de carrière

Responsable principal-e national-e, Marketing et communications

Poste permanent à temps plein

Description du poste : Relevant de la direction nationale, Marketing et communications, la ou le titulaire du poste est responsable des communications marketing relatives à la marque, aux activités de plaidoyer et aux relations avec la Fédération. Cette personne agit à titre de principale partenaire stratégique auprès des parties prenantes internes et apporte une expertise ainsi que des conseils en matière de communications marketing dans le cadre de divers projets.

Cette personne élabore des stratégies de communications marketing intégrées pour des campagnes nationales soutenant l'ensemble des activités de l'organisation, avec l'appui de la direction nationale, Marketing et communications. À ce poste, la personne doit essentiellement assurer la planification stratégique, la gestion de projets et l'exécution sans faille de campagnes omnicanales entièrement intégrées (y compris les campagnes traditionnelles et numériques, les relations avec les médias, la promotion d'événements, les communications officielles et les médias sociaux). Elle collabore étroitement avec ses collègues des communications marketing et les organismes partenaires externes afin d'assurer une intégration parfaite des campagnes et une exposition publique maximale.

Avec une surveillance minimale, la ou le titulaire du poste assure la collaboration transversale et la direction de groupes interfonctionnels. La personne dirige de manière autonome l'organisation de groupes de travail sur des projets complexes, notamment la Semaine de la santé mentale. Elle veille à ce que les commentaires de groupes complexes soient sollicités, compris et intégrés dans les stratégies. Dans l'exercice de ses fonctions, elle représente également les communications marketing auprès de l'ensemble de la Fédération de l'ACSM, y compris les groupes de travail, les comités de la Fédération et les présentations à l'échelle de la Fédération.

La ou le titulaire du poste s'attache à bien comprendre l'actualité en santé mentale et consommation de substances, et s'appuie sur ces connaissances pour formuler des conseils stratégiques aux équipes internes concernant les communications relatives à la marque, aux activités de plaidoyer et à la Fédération.

À propos de l'ACSM : Fondée en 1918, l'Association canadienne pour la santé mentale (ACSM) est le réseau communautaire du secteur de la santé mentale le plus vaste et le mieux établi au Canada. Grâce à sa présence dans plus de 330 communautés dans l'ensemble des provinces et un territoire, l'ACSM œuvre pour la défense des droits et offre des ressources contribuant à prévenir les problèmes et les troubles de santé mentale, à soutenir le rétablissement et la résilience et à permettre à toute la population canadienne de s'épanouir pleinement. Notre vision? Celle d'un Canada où la santé mentale est reconnue comme droit de la personne.

À l'Association canadienne pour la santé mentale, nous considérons l'équité, la diversité et l'inclusion comme essentielles pour prendre soin des collectivités canadiennes. Nous arrivons d'ailleurs au 11^e rang des 200 [meilleurs employeurs au Canada en matière de diversité](#) selon Forbes en 2024. L'Association canadienne pour la santé mentale s'est également engagée à favoriser un environnement où les gens ont une vie en dehors du travail et sont soutenus dans leur développement. L'ACSM se classe parmi les [meilleurs employeurs au Canada](#) selon Forbes depuis deux ans; nous occupons actuellement le 11^e rang sur 300 organisations.

Emplacement : La personne titulaire du poste travaille à notre bureau, au centre-ville de Toronto. Pour encourager la collaboration et explorer de nouvelles méthodes de travail, l'ACSM National a mis en place un modèle hybride reposant sur une semaine de travail de quatre jours, dont deux jours au bureau.

Responsabilités du poste :

1. Leadership et planification stratégiques
 - a. Élaborer des stratégies de communication marketing détaillées pour cibler la marque, les activités de plaidoyer et les relations avec la Fédération.
 - b. Collaborer avec l'équipe Marketing et communications pour mettre en place des stratégies totalement intégrées (médias, traditionnelles, numériques, sociales).



- c. Travailler en étroite collaboration avec les parties prenantes internes pour comprendre leurs objectifs et la manière dont l'équipe Marketing et communications peut les soutenir; élaborer des stratégies de communication marketing convaincantes pour appuyer les objectifs.
 - d. Favoriser une bonne compréhension des tendances et des meilleures pratiques en matière de communication marketing.
 - e. Proposer de manière proactive des approches de communication et formuler des recommandations sur le positionnement et les messages que l'ACSM National devrait adopter.
 - f. Favoriser la compréhension de l'actualité en santé mentale et consommation de substances, et s'appuyer sur ces connaissances pour formuler des conseils proactifs en matière de communication.
 - g. Planifier de manière réfléchie des budgets limités à impact maximal.
2. **Élévation de l'image de marque de l'ACSM**
 - a. Diriger la campagne annuelle de l'ACSM pour la Semaine de la santé mentale.
 - b. De concert avec la personne responsable des relations avec les médias, maximiser la couverture médiatique nationale.
 - c. Déterminer les formes de soutien à apporter à la marque de la Fédération de l'ACSM et les mettre en place.
 - d. Collaborer avec le Conseil national des personnes ayant une expérience vécue (CNPEV) pour raconter des histoires authentiques de notre communauté.
 - e. Garantir la qualité élevée de l'ensemble des campagnes et des éléments de grande importance (y compris, entre autres, les publications et les produits), en français et en anglais.
 - f. Relever les risques liés à la marque de l'ACSM et proposer des solutions pour atténuer ou réduire ces risques.
3. **Création et exécution sans faille des campagnes et des projets de communication marketing**
 - a. Mener des campagnes de communication sur la marque, les relations avec la Fédération et les initiatives politiques et projets de recherche (plaidoyer), selon les besoins (par exemple, Semaine de la santé mentale, campagnes de plaidoyer public, congrès de la Fédération).
 - b. Assurer la gestion des projets de campagnes, de la conception à l'exécution; élaborer une stratégie, un dossier, un calendrier et un budget pour mener des campagnes intégrées et omnicanales (médias détenus, gratuits et payants).
 - c. Collaborer avec les agences de création de même qu'avec les services de création à l'interne et les relations avec les médias afin de produire des stratégies et du matériel de qualité pour les campagnes.
 - d. Contribuer largement à la conception et à l'élaboration des communications officielles (comme les rapports d'impact, les brochures, le contenu Web, les lettres et les courriels de marketing).
 - e. Collaborer étroitement avec l'équipe des relations avec la Fédération, les responsables des politiques, les spécialistes en santé mentale au travail et les autres parties prenantes afin d'assurer l'exactitude et la clarté des messages et des produits.
 - f. Gérer les relations avec les fournisseurs externes pour la publicité, le développement Web, la rédaction et le design graphique, selon les besoins.
4. **Collaboration et animation transversales**
 - a. Diriger les projets affectés avec une grande autonomie et un minimum de supervision.
 - b. Mener à bien les projets courants et les projets particuliers, y compris la planification, la coordination des équipes de mise en œuvre et la gestion du flux de travail et des échéanciers.
 - c. Animer les discussions auprès des groupes de travail et solliciter la contribution des équipes interfonctionnelles.
 - d. Appuyer les spécialistes en la matière dans le cadre de projets particuliers tels que le congrès national de l'ACSM.
 - e. Participer aux comités de communication marketing de la Fédération.
5. **Planification du service**
 - a. Diriger les activités de planification du service liées à la marque, aux activités de plaidoyer et aux relations avec la Fédération.
 - b. Planifier et gérer les budgets octroyés, y compris les prévisions et les dépenses réelles, conjointement avec la codirection.



- c. Surveiller les dépenses liées à la campagne et donner des conseils sur les plans à venir.
 - d. Prendre appui sur les activités et les outils de planification du service comme Asana, le calendrier éditorial et la planification annuelle.
 - e. Coordonner les activités de planification avec les groupes de parties prenantes internes.
 - f. Trouver et suggérer des gains d'efficacité et de nouvelles approches pour rationaliser les flux de travail et optimiser les petits budgets.
6. Marché francophone et campagnes
- a. Proposer des approches de communication et formuler des recommandations sur le positionnement et les messages que l'ACSM National devrait adopter au Québec et en ce qui a trait aux parties prenantes du Canada français, en consultation avec notre personnel de traduction ou le cabinet de traduction mandaté.
 - b. Comprendre le marché francophone ainsi que les problèmes liés à la santé mentale et à la consommation de substances propres à la population canadienne francophone.
7. Mesures et rapports
- a. Créer des indicateurs de rendement clés (IRC) pour toutes les campagnes.
 - b. Se servir des IRC pour mesurer les progrès et produire des rapports périodiques.
 - c. Formuler de manière proactive des recommandations pour l'amélioration des campagnes en cours et futures.
 - d. Tous les trimestres, faire des présentations à l'intention de la haute direction.

Formation ou études :

- Diplôme universitaire en marketing, en communications ou une combinaison équivalente d'éducation, de formation et d'expérience ayant permis d'appliquer ses compétences dans le domaine des communications marketing.

Expérience :

- Au moins sept années d'expérience professionnelle dans le domaine des communications marketing ou de la gestion de marque, de préférence dans une organisation à plusieurs niveaux au sein de communautés diverses.
- Expérience dans le secteur de la santé mentale ou de la promotion de la santé, un atout.

Connaissances :

- Connaissance approfondie des enjeux, des tendances et des nouvelles technologies en matière de marketing, de communications stratégiques, de médias et de relations publiques.
- Compréhension des aspects stratégiques, tactiques, de planification et de développement du marketing et des communications numériques, y compris les messages, les textes, les campagnes, les publications sur les médias sociaux, les articles de blogue, le marketing par courrier électronique et les bulletins d'information.
- Compréhension des grands enjeux en santé mentale, trouble mental, santé publique, psychologie et bien-être, ou volonté d'acquérir une expertise dans ce domaine.
- Excellentes connaissances en informatique ainsi qu'une grande facilité avec Internet et divers logiciels, notamment la suite Microsoft Office (Word, PowerPoint, Excel) et les programmes de gestion de bases de données.
- Compréhension approfondie des plateformes de médias numériques et sociaux, notamment Facebook, Google Analytics, YouTube, Twitter, TikTok, Instagram, LinkedIn.
- Intérêt et connaissance relativement aux tendances et développements actuels dans le domaine des médias et des communications.

Compétences et aptitudes :

- Maîtrise de l'anglais essentielle, tant à l'oral qu'à l'écrit.
- Esprit axé sur la communication stratégique et excellent sens de la communication.



Canadian Mental
Health Association
Mental health for all

Association canadienne
pour la santé mentale
La santé mentale pour tous

- Excellentes compétences en matière de gestion de projets et de gestion du temps dans un environnement régi par des échéances.
- Excellentes aptitudes à établir des relations et capacité à trouver des consensus, à gérer les relations avec de multiples parties prenantes et à inspirer confiance en des idées, y compris parmi les cadres.
- Capacité à transformer des idées complexes en messages simples et à les illustrer au moyen de supports visuels créatifs.
- Compréhension des habitudes de consommation des médias et de leur incidence sur les choix stratégiques de marketing pour différentes campagnes.
- Excellentes compétences en matière d'animation transversale.
- Débrouillardise, autonomie, éthique de travail rigoureuse et esprit de collaboration et d'équipe.
- Expérience confirmée en matière de collaboration efficace afin d'obtenir les meilleurs résultats possibles.
- Compétences en résolution de problèmes, tact et flexibilité permettant de bien travailler avec des personnes énergiques, créatives et axées sur la réalisation d'objectifs.
- Capacité à s'adresser à des groupes dans des contextes variés et à communiquer de manière efficace et professionnelle avec les fournisseurs et fournisseuses externes et les conférencières invitées et conférenciers invités.
- Capacité à faire preuve de souplesse face à des priorités changeantes et à garder sa concentration afin de respecter les échéances ciblées.
- Capacité à travailler de façon autonome et en collaboration, et à effectuer plusieurs tâches simultanées.
- Forte motivation et grand intérêt pour les questions de santé mentale.
- Solides compétences en français, tant à l'oral qu'à l'écrit, un atout majeur; bilinguisme, de préférence.

Rémunération : 85 000 \$ à 91 000 \$ par an selon l'expérience et les qualifications, ainsi que des avantages sociaux, un milieu de travail flexible et une culture organisationnelle axée sur le bien-être personnel et la sécurité psychologique.

Avantages sociaux : Assurance dentaire, assurance maladie complémentaire, assurance vie, assurance pour les soins de la vue, programme d'aide au personnel, horaire flexible, congés payés (vacances, congés de maladie et congés de conciliation travail-vie personnelle), programme de mieux-être, télétravail, travail en mode hybride.

Conditions de travail :

- Il s'agit d'un poste à temps plein selon les heures de travail normales (actuellement 35 heures par semaine).
- La prestation de travail nécessite d'utiliser un équipement de bureau dans un environnement de bureau classique, ce qui implique de demeurer en position assise pendant de longues périodes, d'interagir au téléphone ou de travailler avec un ordinateur. L'emploi ne comporte aucune exigence physique inhabituelle.
- En raison de la nature publique de cet emploi, il peut y avoir des interactions ou des situations difficiles impliquant des parties prenantes externes.

Avez-vous le profil de l'emploi?

Si ce poste vous intéresse, veuillez envoyer votre curriculum vitae et votre lettre de présentation au format PDF avant le **25 novembre** à careers@cmha.ca. La ligne d'objet doit mentionner « **responsable principal e national e, marketing et communications** ». Nous vous remercions de votre intérêt. Veuillez noter que nous communiquerons uniquement avec les personnes sélectionnées pour une entrevue.

Pour en savoir plus sur l'ACSM, visitez le www.acsm.ca.

L'ACSM s'engage à employer du personnel qui reflète la diversité des communautés au sein desquelles elle travaille. Elle encourage donc explicitement à soumettre leur candidature les personnes ayant une expérience vécue d'un trouble de santé mentale, les personnes qui ont un handicap, les membres des communautés noires, autochtones ou racialisées, les personnes de toutes les identités et expressions de genre ou orientations sexuelles ainsi que toutes autres personnes pouvant contribuer à la diversité de son personnel. Nous vous invitons à vous identifier dans votre lettre de présentation. Veuillez nous aviser si vous avez besoin de mesures d'adaptation particulières durant le processus de candidature.