

ALLIANCE DE MONTRÉAL - LECB

OUVERTURE DE POSTE



Titre du poste :	<i>Coordonnateur, Marketing numérique et publicité</i>
Date d'entrée en poste :	<i>Novembre 2025</i>
Statut du poste :	<i>Poste permanent à temps plein</i>
Lieu de travail :	<i>Auditorium de Verdun / Hybride</i>

RAISON D'ÊTRE DU POSTE

Relevant du Chef des opérations, le Coordonnateur marketing numérique et publicité est responsable de l'ensemble des activités de marketing numérique et du placement publicitaire de l'Alliance de Montréal. Son objectif principal est de stimuler les ventes de billets et de produits dérivés par des campagnes performantes et ciblées.

Le poste est à temps plein (lundi au vendredi) et requiert une présence lors de tous les matchs à domicile ainsi que lors des événements spéciaux de l'équipe.

Le/la candidat(e) recherché(e) est passionné(e) de sport, idéalement de basketball, créatif(ve), rigoureux(se) et motivé(e) à contribuer activement au développement d'une jeune organisation sportive en croissance.

RESPONSABILITÉS PRINCIPALES

Marketing numérique

- Élaborer et exécuter le plan de marketing numérique pour maximiser les ventes de billets et de produits dérivés.
- Gérer et segmenter les bases de données clients afin de créer des campagnes ciblées et efficaces.
- Développer des stratégies d'acquisition de données pour accroître la portée et la performance des infolettres.
- Concevoir et déployer des campagnes promotionnelles (infolettres, web, médias sociaux) basées sur des données et des objectifs précis.
- Effectuer des tests A/B et optimiser les communications selon les résultats et les indicateurs de performance.
- Produire des rapports d'analyse et recommander des ajustements stratégiques.
- Rester à l'affût des tendances et innovations en marketing numérique.
- Assurer le respect des budgets et échéanciers.

Publicité

- Élaborer et mettre en œuvre les plans médias (numériques et traditionnels).
- Gérer le placement publicitaire sur les plateformes numériques (AdWords, Meta, Instagram, etc.) et médias traditionnels (télé, radio, affichage, presse).
- Négocier et gérer les ententes médias avec les partenaires et intégrer les livrables de commandite aux campagnes.
- Rédiger les briefs créatifs et assurer le suivi de production des pièces publicitaires (vidéo, radio, imprimé, etc.).
- Gérer les budgets publicitaires et la livraison des visuels aux médias.

ALLIANCE DE MONTRÉAL - LECB

OUVERTURE DE POSTE

Produits dérivés

- En collaboration avec le (la) directeur(trice) opérations et événements, déterminer la gamme de produits et la stratégie de prix, en boutique et en ligne.
- Concevoir et exécuter le plan de promotion annuel des produits dérivés.
- Produire des rapports de ventes et de rentabilité avec indicateurs clés (volumes, marges, performance).

EXIGENCES ET PROFIL RECHERCHÉ

- Baccalauréat en communications, marketing ou discipline connexe.
- Minimum 3 ans d'expérience dans un rôle similaire.
- Excellente maîtrise des outils numériques : Google Ads, Meta Ads, Hootsuite, WordPress, Google Analytics, Facebook Insights.
- Bonne connaissance de Photoshop, Illustrator et Premiere Pro.
- Solides compétences en rédaction, analyse et gestion de projets.
- Capacité à travailler sous pression et à gérer plusieurs priorités simultanément.
- Esprit d'équipe, créativité et autonomie.
- Intérêt marqué pour l'innovation et les nouvelles technologies.
- Souplesse en termes d'horaire (matchs et événements).
- Bilinguisme parfait (français et anglais, oral et écrit).
- Connaissance du basketball un atout.

Les personnes intéressées peuvent acheminer leur CV au plus tard le 31 octobre 2025 à RH@AllianceMontreal.ca en mentionnant le nom du poste dans le sujet du courriel. Veuillez noter que seulement les candidats retenus pour une entrevue seront contactés.