L'Association Institut de Myologie recrute un CHEF DE PROJETS MARKETING (F/H)

L'Institut de Myologie :

Situé à Paris au cœur du plus grand centre hospitalier européen, la Pitié-Salpêtrière, l'Institut de Myologie est né en 1996 sous l'impulsion d'une association de malades et parents de malades, l'AFM-Téléthon.
En 2005, l'Association Institut de Myologie, régie par la loi du 1er juillet 1901 dont les membres fondateurs sont l'AFM-Téléthon et Généthon a été créée. Elle a pour mission de faciliter la coordination des activités du site, en partenariat avec cinq partenaires publiques : AP-HP, CEA, Inserm, Sorbonne Université (ex-Université Pierre et Marie Curie), CNRS.
Aujourd'hui, l'Institut de Myologie, c'est 300 experts du muscle et de ses maladies, 34 000 dossiers de patients depuis l'origine, plus de 6000 consultations annuelles, un centre de recherche en myologie…
En savoir + : https://www.institut-myologie.org/qui-sommes-nous/

Contexte et Finalité du poste :

Dans le cadre du développement de son activité en 2024 et du Projet de Fondation de Myologie, l'Association Institut de Myologie, créée par l'AFM-Téléthon, souhaite recruter un(e) Chef de Projets Marketing. Ce poste vise à contribuer au développement de la collecte de fonds de l'association en accompagnant la mise en œuvre de la stratégie Marketing.

Les missions principales :

Mise en place des outils marketing

- Identifier les outils et les prestataires en lien avec la stratégie de collecte
- Réaliser les appels d'offres Marketing
- Accompagner les prestataires sélectionnés : du contrat au déploiement des outils
- Assurer la mise à jour et l'alimentation de la BDD (flux, RFM, traitements)
- Installer l'ensemble des outils de collecte : site, formulaires de dons, prélèvement automatique, don par sms, plateforme de crowdfunding, CRM et eCRM, statistiques
- Réaliser un suivi budgétaire

Mise en œuvre des campagnes marketing

- Définir un plan de campagnes Marketing on (Marketing Digital) et off (Marketing Direct) s'appuyant sur des contenus attrayants, avec un programme relationnel multicanal (CRM, e-CRM, automatisation)
- Définir la segmentation (RFM)
- Professionnaliser l'axe Marketing Direct

- Développer les campagnes Marketing Digital
- Animer les réseaux sociaux
- Réaliser un suivi budgétaire

Définition du process, mise en œuvre et suivi de la relation donateurs

- Répondre aux questions et autres demandes issues des donateurs
- Faciliter la concrétisation des promesses en don
- Réaliser des recommandations liées aux questions les plus fréquemment posées
  Proposer des réponses-type, des FAQ, des messages automatiques
- Proposer des actions relationnelles fines liées à nos Grands Donateurs
- Alerter les prestataires en cas de dysfonctionnements des plateformes techniques

Organisation des événements de collecte

- Proposer des événements diversifiés permettant : fidélisation et recrutement
- Définir un planning événementiel 'Middle, Grands donateurs et Donateurs majeurs'
- Assurer l'organisation de ces grandes rencontres de collecte conviviales
- Réaliser un suivi budgétaire

Définition et suivi des bilans et reporting

- Mettre en place des tableaux de bord statistiques (KPIs) > pour suivi et pilotage
- Réaliser et partager les bilans opérationnels réguliers et chiffrés
- Soumettre des recommandations, proposer des améliorations (ROI)
- Valoriser la mobilisation et l'engagement des donateurs

Partage des études et innovations

- Être en veille permanente sur les nouveaux outils, les nouvelles opportunités
- Connaître les prestataires du secteur, mais aussi hors secteur
- Partager les chiffres clés utiles du secteur
- Proposer des innovations en lien avec la collecte

Profil :

- Être titulaire d'un Bac +5 en Marketing
- Entre 3 et 5 années d'expérience minimum dans le marketing
- Rigoureux (se), dynamique, motivé(e), organisé(e), curieux (se) et mobile
- Expérience dans le domaine caritatif valorisée
- Anglais opérationnel et courant, souhaité et valorisé

Compétences requises :

Savoir-Être

- Avoir le sens du travail en équipe développé
- Avoir le sens des chiffres et des objectifs
- Savoir fédérer les équipes, les interlocuteurs internes et externes
- Être mobile, aller à la rencontre des interlocuteurs utiles au projet
- Être capable de lever les freins, de proposer des solutions, et d'anticiper les besoins

Savoir-Faire

- Maîtriser l'ensemble des outils informatiques et bureautiques nécessaires à la mission
- Connaître les outils et les leviers de collecte de dons
- Avoir des compétences maîtrisées sur le volet 'Marketing' du secteur caritatif

Poste basé à l'Hôpital Pitié – Salpêtrière (Paris 13^{e}) et à pourvoir dès que possible en CDD de 12 mois. Possibilité de bénéficier de chèques déjeuner et d'une mutuelle avec une prise en charge de l'employeur.

Merci d'adresser par courrier électronique votre dossier de candidature (CV + Lettre de Motivation) à l'adresse suivante : recrutement-aim@institut-myologie.org