

Fiche de poste : « Manager de la Communication »

L'Agence MCA-Morocco recrute un Manager en communication.

Rôle et responsabilités

Rattaché(e) à la Direction de Communication, le Manager assurera les missions suivantes :

- Elaborer, mettre en œuvre et suivre les plans de communication opérationnels en phase avec la stratégie globale de l'agence et conformément aux orientations de la Direction générale et ce, pour l'ensemble des projets du Compact II ;
- Appuyer les projets dans l'exécution des actions de communication opérationnelle : gestion des événements, production de supports de communication, réalisation de capsules audiovisuelles, captation d'évènements... ;
- Superviser la conception et la réalisation des supports et outils de communication dans le respect de la charte graphique de l'Agence ;
- Gérer les contrats cadres de la communication : élaborations de briefs destinés aux prestataires (événementiel, impression, audiovisuel, relations presse, communication digitale, ...) et suivi de l'exécution des différentes actions en coordination avec les équipes projets et les prestataires ;
- Contribuer à la gestion des relations presse de l'Agence : actualisation du fichier de contacts presse, diffusion de communiqués de presse, invitation et relance des journalistes pour assurer la couverture des événements organisés par l'Agence, encadrement des journalistes, réalisation des revues de presse et des dossiers de presse, etc. ;
- Web-mastering du site web : alimentation des différentes rubriques du site web et de ses différentes versions (arabe, française et anglaise), suivi des statistiques du site web et amélioration de son référencement naturel et suivi des mesures prises par le prestataire en charge de la maintenance du site web en vue de pallier les anomalies relevées ;
- Gérer l'alimentation quasi-quotidienne du site web et des autres canaux digitaux de l'Agence (LinkedIn, YouTube et Facebook, ...) selon un calendrier éditorial et ce, en coordination avec le prestataire chargé d'accompagner l'Agence dans la gestion de sa communication digitale ;
- Analyser les audiences des médias sociaux et détecter les bonnes pratiques à adopter en étudiant l'évolution statistique du contenu en ligne ;
- Convertir le contenu à caractère institutionnel en un contenu digital léger et sélectionner les mots clés pour assurer un référencement optimal ;
- Analyser les flux de trafic sur les différents canaux digitaux : référencement naturel, classement mondial, nombre de clics, temps de visite, nombre d'impressions, etc. ;
- Gérer la politique web éditoriale, c'est-à-dire prévoir les évolutions du contenu sur les différents canaux digitaux (texte, image, infographie, vidéo...) et les harmoniser avec les supports off-line et hors médias (insertions presse, événements, documents imprimés, vidéos tournées...)

- Contribuer à l'animation de la communication externe et interne de l'Agence ;
- Participer à la mise en œuvre du plan de communication spécifique à la clôture du Compact II conformément aux exigences du bailleur de fond ;
- Elaborer le bilan des actions d'un point de vue qualitatif (développement de la notoriété de l'Agence et du Compact II sur Internet) et quantitatif (impact en termes d'audience sur le site web et sur les réseaux sociaux).
- Gérer sur le système d'information (SAP) les aspects financiers et budgétaires des activités de la Direction de Communication ;
- Assurer l'archivage de la banque de données de la Direction de Communication et appui à l'équipe PMO (Project management) dans la mise en place de la plateforme de partage ;
- Réaliser toute autre mission confiée par le Directeur de Communication.

Qualifications et Expérience :

- Diplôme universitaire ou équivalent en communication ou dans une discipline connexe.
- Expérience probante d'au moins 8 ans dans un poste similaire.
- Expérience confirmée dans des projets impliquant une multitude de partenaires, tant publics que privés.
- Connaissance significative des technologies de communication et multimédia (imprimerie, édition, audiovisuel, multimédia, PAO, web, réseaux sociaux...).
- Maîtrise des techniques de communication digitale, bonne compréhension de la typologie des audiences, suivi des dernières tendances dans le domaine de la communication digitale ;
- Expérience confirmée dans l'organisation des événements, notamment ceux à caractère institutionnel.
- Connaissance approfondie du paysage médiatique national et du fonctionnement des médias.
- Bonne culture générale des principaux leviers de la publicité on-line (liens sponsorisés, référencement naturel et payant...).
- Excellente expression écrite et orale en langues arabe et française et connaissance écrite et parlée de la langue anglaise souhaitée.