

Description de poste

Titre du poste :	Directrice ou directeur Communications et marketing
Catégorie de poste :	Direction
Sous la responsabilité de :	Vice-présidente Opérations et impact

RÉSUMÉ

La directrice ou le directeur Communications et marketing encadre les activités de communications et de marketing et certaines activités de relations gouvernementales d'ESC. La personne titulaire du poste dirige et coordonne l'établissement des buts et objectifs ainsi que l'élaboration des politiques qui renforcent l'impact et la visibilité d'ESC, afin d'appuyer les orientations stratégiques de l'organisme. Elle veille à l'adoption de pratiques d'affaires et de gestion judicieuses. Elle fournit une vision, une orientation et un leadership pour l'élaboration de stratégies, de campagnes, de programmes, de politiques et de procédures, de sorte que l'équipe Communications et marketing puisse atteindre les objectifs stratégiques d'ESC. La directrice ou le directeur Communications et marketing est membre du comité de direction et du réseau des leaders, et collabore étroitement avec l'équipe de la haute direction afin d'appuyer les membres du conseil d'administration d'ESC, le personnel, les partenaires externes et les spécialistes de la mesure et de l'amélioration de la qualité pour diriger, développer et exécuter des activités de communication et de marketing.

TÂCHES ET RESPONSABILITÉS

- Agir à titre de partenaire stratégique auprès de l'équipe de direction d'ESC afin de soutenir efficacement le département Communications et marketing et de maintenir des performances élevées.
- Diriger et superviser le développement et la mise en œuvre des activités de communication et de marketing des équipes de programmes et d'ESC, notamment les stratégies de marque et de communication narrative et certaines stratégies de relations gouvernementales.
- Mieux faire connaître la mission, les programmes et les réalisations d'ESC, qui visent à favoriser des soins de santé sûrs et de qualité partout au pays.
- Fournir un soutien et des conseils en matière de communications à la vice-présidente Opérations et impact, à la présidente-directrice générale, à l'équipe de la haute direction et au conseil d'administration.

- Diriger l'élaboration et la mise en œuvre des stratégies de communication interne et externe et des plans stratégiques globaux pour asseoir et renforcer la position d'ESC en tant que partenaire de confiance et leader d'opinion orienté vers l'action.
- Créer les canaux de marketing et de communication appropriés, et notamment diriger l'adoption et l'intégration de technologies assistées par l'IA afin d'accroître l'efficacité et la personnalisation des stratégies de communication et de marketing.
- Communiquer avec les agences et les organismes externes (médias; gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux; têtes dirigeantes du système de santé; organismes affiliés).
- Coordonner les activités de communication et de marketing et les aligner aux priorités d'ESC.
- Relever et gérer les enjeux pertinents aux niveaux fédéral, provincial et territorial, y répondre et prodiguer des conseils à cet effet.
- Diriger, mentorer et renforcer l'équipe Communications et marketing, en instaurant un environnement collaboratif hautement performant au sein duquel les membres de l'équipe se sentent mobilisés, soutenus et outillés pour s'épanouir. Montrer la marche à suivre pour la prestation de services coordonnés et l'excellence interfonctionnelle, en privilégiant la réactivité et l'alignement sur les priorités organisationnelles.
- Diriger une équipe dévouée, superviser chaque année les plans de rendement et de développement individuels et les plans de travail, et veiller à l'établissement de buts, d'éléments livrables, d'objectifs, de tâches et de plans de perfectionnement professionnel appropriés pour les personnes sous supervision directe.
- Gérer les relations avec les entrepreneurs et les consultants externes.
- Appuyer de manière collaborative les activités de gouvernance (planification et production de rapports; élaboration de plans stratégiques, opérationnels et organisationnels annuels).
- Nouer, gérer et entretenir des relations avec le personnel des communications des gouvernements, des régies régionales de la santé, des associations, des organisations pancanadiennes de santé (OPS), des organismes de santé provinciaux et territoriaux et des organismes de prestation de soins et de services ainsi qu'avec les représentants des médias concernés.
- Promouvoir une culture d'innovation, d'inclusion, de respect et de rayonnement permettant d'offrir de meilleurs soins de santé à tout le monde.
- Établir des collaborations et des partenariats constructifs à l'externe et y représenter l'organisme (par exemple avec les gouvernements et de nombreuses autres personnes

et organisations des secteurs public et privé qui sont engagés dans l'amélioration des soins et services de santé).

- Positionner stratégiquement ESC comme une source de connaissances et d'expertise en qualité, en sécurité et en amélioration des soins. Élaborer et mettre en œuvre des initiatives stratégiques, approuvées par le conseil d'administration, qui appuient la mission et le mandat d'ESC.
- Représenter l'excellence, la diversité, le courage, l'inclusion, la clarté et la transparence, et les partenariats authentiques.
- Incarner et renforcer constamment le code de conduite de l'organisme dans les paroles et l'action.
- Préparer des mémoires, des rapports, des recommandations et des plans d'action à l'intention de la vice-présidente Opérations et impact, de la présidente-directrice générale, de l'équipe de la haute direction et du conseil d'administration et de ses comités.
- Veiller au respect des lois et des règlements pertinents applicables qui influent sur les activités de communication et de marketing, notamment en ce qui a trait au lobbying, à l'accessibilité, au dialogue sur les politiques publiques et à l'élaboration de telles politiques.
- Remplacer périodiquement la vice-présidente Opérations et impact ou d'autres membres de la division Opérations et impact.
- Accomplir les autres tâches demandées.

FORMATION ET EXPÉRIENCE

- Baccalauréat en communication, en relations publiques, en affaires publiques, en marketing ou dans un domaine connexe.
- Au moins sept (7) années d'expérience en communications, en relations publiques ou en marketing, et au moins cinq (5) années d'expérience dans un poste de gestion.
- Bilinguisme anglais-français fortement souhaitable (niveau « C » – avancé – en communication en anglais obligatoire).
- Excellente connaissance de la suite et de l'environnement virtuel Microsoft Office.
- Connaissance approfondie des fonctions et des protocoles des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux.
- Expérience avérée en élaboration et en mise en œuvre de stratégies et de plans d'affaires.

APTITUDES ET COMPÉTENCES

- Style de leadership inclusif et excellentes aptitudes en gestion du personnel.
- Capacité à favoriser des relations internes et externes solides.
- Solides compétences en communication interpersonnelle et en résolution de problèmes.
- Esprit d'entreprise, sens de l'initiative et capacité à penser stratégiquement et à obtenir des résultats avec des communications intégrées.
- Excellentes compétences en communication orale et écrite, et capacité à produire des narratifs clairs et percutants adaptés à divers publics.
- Excellentes compétences en gestion de projet, notamment la capacité de planifier et de collaborer avec d'autres équipes de l'organisme.
- Capacités avérées en gestion du temps. Bon sens de l'organisation et souci du détail.
- Capacité à faire preuve de tact, d'acuité politique, de diplomatie, d'un bon jugement et de confidentialité.
- Aptitude à bien fonctionner au sein d'une équipe dynamique et très motivée.
- Leader humble, empathique, conscient de soi, digne de confiance, transparent et collégial.

RESPONSABILITÉS EN MATIÈRE DE CONSEILS ET DE GESTION/SUPERVISION

Supervision : jusqu'à 15 personnes (supervisions directes et indirectes).

Conseils fonctionnels : jouer un rôle de premier plan dans la conception et la réalisation des activités de communication et de marketing. Fournir des conseils et des recommandations à la présidente-directrice générale et à l'équipe de la haute direction.

COMMUNICATION

Interne : établir et entretenir des relations fructueuses avec l'ensemble des membres du personnel à tous les échelons.

Externe : nouer et entretenir des relations efficaces avec des partenaires externes, des instances gouvernementales ou législatives, des fournisseurs et des organisations pancanadiennes de santé.

EFFORT ET CONDITIONS DE TRAVAIL

Effort : sur une base régulière, gérer simultanément plusieurs tâches sur de longues périodes, et concilier de multiples priorités conflictuelles, parfois en situation d'urgence. Grande concentration visuelle en raison du travail à l'ordinateur. Fatigue mentale, résultant d'un haut niveau de concentration.

Conditions de travail : déplacements occasionnels dans la région ou sur plus d'une journée. Obligation occasionnelle de prolonger les heures de travail pour répondre aux exigences du poste et de travailler le soir et la fin de semaine pendant les périodes de pointe. Interruptions fréquentes.