

Dernière mise à jour : juin 2020

Intitulé du poste / Service

Responsable marketing et communication / Médiathécaire

Les tâches de responsable marketing communication représentent au minimum 80% du temps de travail

Les tâches de médiathécaire représentent au maximum 20 % du temps de travail

Missions du service

Marketing/Communication :

- Elaborer la stratégie de communication et de marketing de l'Institut
- Coordonner, produire ou valider tous les outils de communication de l'Institut, sur tous supports
- Coordonner la communication in situ de l'Institut (affichage, signalétique)
- Mise en place d'un eCRM et déploiement de la stratégie CRM
- Piloter les relations presse et effectuer une revue de presse de l'Institut
- Coordonner les relations publiques
- Créer les contenus audio-visuels

Activités et tâches principales du poste

1 - Marketing/Communication:

- Elaborer et mettre en place la stratégie de communication et de marketing en lien avec les différents services
- Pilotage et coordination des différents supports numériques : mise à jour du site internet (wordpress), community manager des réseaux sociaux, lettre d'information électronique, vidéos promotionnelles
- Pilotage et coordination des différents supports imprimés : dépliants, programmes et affiches
- Mise en place des opérations commerciales et relationnelles
- Création, gestion et personnalisation du CRM en fonction des objectifs des différents services de l'IFL en s'appuyant sur une analyse des contacts et des marchés, proposer une segmentation et des plans marketing institutionnels et « produit »
- Analyse du marché et de la concurrence en vue du développement des cours de français, détecter les attentes du public et les nouvelles opportunités
- Coordination des relations presse : organisation des conférences et visites de presse, montage des partenariats média, élaboration de communiqués ou dossiers de presse, entretenir un réseau dans le monde des médias, réaliser une revue de presse
- Administrer un fichier nominatif des relations presse pour l'ensemble de l'Institut en lien avec les autres services : fidéliser et entretenir de bonnes relations avec les personnes concernées
- Recherche de partenariats, sponsors, mécènes
- Création de contenus numériques photo-vidéo : soit pour des besoins de communication, soit pour la production de contenus liés aux missions de l'Institut

2- Médiathèque :

- Assurer le service au public 4h30 par semaine (accueil, renseignement et orientation du public, gestion des prêts-retours)

Activités et tâches secondaires du poste

- Soutien/participation aux activités/projets des autres services de l'Institut
- Accueil d'intervenants et d'invités

Relations hiérarchiques

- Directeur.trice de l'Institut

Relations fonctionnelles

1 - Marketing/Communication :

- Avec l'ensemble des services de l'Institut
- Avec l'ensemble des partenaires (presse, relations publiques)
- Avec l'attaché de presse de l'Ambassade

2- Médiathèque :

- Avec l'ensemble des services de l'Institut
- Avec les publics de l'Institut

Compétences requises

(compétences professionnelles, compétences techniques, savoir-faire, savoir-être)

- Maîtrise des outils informatiques, audio-visuels et de retouche d'image
- Lituanien natif ou aisance à l'oral et à l'écrit
- Créativité
- Qualités relationnelles, capacité à entretenir un réseau
- Maîtrise du montage de projets en partenariat
- Sens de l'organisation et des responsabilités, autonomie, capacités d'adaptation
- Maîtrise souhaitable du français et de l'anglais

Spécificités du poste (conditions et contraintes d'exercice)

Maîtrise de logiciels audiovisuels, de gestion de sites internet (CSM) et gestion de CRM

Maîtrise du SIGB (pour la gestion des fonds de la médiathèque)

Contraintes horaires :

37h30 hebdomadaires

9h – 17h30 les lundis et mardis

10h30 –17h30 les mercredis

9h – 18h30 le jeudi (dont 16h – 18h30 : accueil médiathèque)

9h – 18h le vendredi (dont 16h – 18h : accueil médiathèque)

1h de pause-déjeuner quotidienne de 13h à 14h

En fonction des nécessités de service, des modifications d'horaires ou des heures supplémentaires récupérables selon les règles en vigueur peuvent intervenir, toujours avec l'accord de l'intéressé.e