



FONDATION
Hôpitaux de Paris
Hôpitaux de France
Reconnue d'utilité publique

RESPONSABLE MARKETING MULTICANAL

Marketing Digital & Direct, CRM et e-CRM

- 2018 -

Domaine d'activité : Marketing Multicanal

Secteur d'activité : Caritatif, Solidarité

Lieu : Paris 5^{ème}

Contrat : CDI (temps plein)

Statut : Cadre

Expérience métier : entre 3 et 5 ans



« Informer, communiquer et collecter par le canal Marketing »

Le/la responsable Marketing Multicanal de la Fondation Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France aura pour missions principales de **contribuer au développement** de l'information, de la communication et **de la collecte de fonds de la Fondation** par le biais des supports Marketing, ainsi que d'assurer le suivi de la Relation Donateurs.



Il/elle travaille sous la Responsable du Développement des Ressources.

Pour ce faire, il/elle aura pour mission au sein de la Fondation de :

1. Réaliser, fabriquer et router les campagnes Marketing

- Suivre l'AO BDD Multicanal -> allant jusqu'au choix du prestataire et la mise en place de la nouvelle BDD, ainsi que de ces évolutions
- Gérer la BDD (CRM et e-CRM) -> mettre en place un programme relationnel multicanal
- Définir un plan de développement Marketing abouti incluant les canaux on et off, la segmentation RFM et permettant d'accompagner nos contacts à l'année dans une communication, une information et des appels au don orchestrés
- Moderniser et dynamiser les campagnes MD (on et off)
- Animer, coordonner et superviser l'ensemble des prestataires concernés par la mise en œuvre du plan d'action (agences, graphistes, imprimeurs, routeurs, etc) -> intégrer dans cette chaîne de travail, les prestataires digitaux (réalisation des e-mailings, etc)
- Anticiper le planning et les sujets de fond à proposer dans les messages
- Sur l'année, couvrir l'ensemble des missions de la Fondation dans les messages adressés à nos donateurs et/ou prospects
- Travailler de façon anticipative avec le service Projets de façon à proposer dans nos messages des sujets complets, aboutis (voire vidéo pour les e-mailings)
- Anticiper l'AO BDD Marketing Multicanal 2017-2018

2. Suivre et développer les Relations Donateurs & les Relations Contacts

- Superviser les relations donateurs pour s'assurer du bon traitement des demandes d'informations complémentaires
- Favoriser la concrétisation des promesses de don
- Gérer les réclamations
- Répondre et accompagner nos publics-cibles
- Travailler sur la refonte des messages-type : reçu fiscal, messages donateurs, etc
- Surveiller la moindre alerte concernant un éventuel dysfonctionnement lié au don (ex. doublons / don en ligne) -> remonter l'information, résoudre le problème avec les prestataires
- Intégrer la relation Donateurs liée au Don par SMS

3. Suivre les résultats des actions menées, analyser

- Mettre en place des tableaux de bord regroupant toutes les campagnes Marketing On et Off (newsletters, e-mailings, mailings, publications dans la Presse, etc) et permettant le suivi d'indicateurs phares par campagne : nombre de dons, nombre de donateurs uniques, don moyen, clics, NPAI, etc)
- Bien intégrer la notion de ROI des campagnes

- Communiquer et informer en interne sur les étapes de la campagne jusqu'à la restitution finale des résultats
- Suivre le budget Marketing Multicanal annuel -> anticiper, optimiser et estimer le budget de l'année à venir

4. Réaliser une veille permanente

- Développer une veille régulière afin d'avoir une connaissance permanente des pratiques et actions menées dans les différents organismes caritatifs (s'inscrire à toutes les NL des sites des organismes du secteur caritatif)
- Veiller au traitement rapide des dons, à leur gestion administrative (paiement, reçus fiscaux, changements d'adresses, de domiciliation bancaire, etc)



Les RDV du Marketing / de la Fondation

- Opération de collecte +de Vie
+de Vie (améliorer la vie des personnes âgées hospitalisées) -> En 2018 : du 1^{er} au 31 octobre
- Opération de collecte Pièces Jaunes
Pièces Jaunes (améliorer la vie des enfants et des adolescents à l'hôpital) -> En 2019 : du 9 janvier au 16 février

Et les sujets à l'année (liste non-exhaustive)

- **Le programme Adolescents**
- **Le programme Transition**
- **Le programme Répit**
- **Les legs, donations, assurances-vie**
- **Les grands donateurs**
- **Les comptes de la Fondation**

- **Le Don en ligne, le Don par SMS, le mécénat, les partenariats, ...** sont des leviers de collecte annuels
- **Le Bénévolat** : devenir ambassadeurs de la Fondation est un sujet qui peut être mis en avant à l'année

- **Le Sport au service du don** : organiser des événements sportifs, participer à des courses en France et dans le Monde en faveur de la Fondation est un sujet qui peut être mis en avant à l'année



Dans le cadre de cette mission, il/elle devra être :

- Organisé(e)
- Méthodique
- Rigoureux(se)
- Curieux(se)
- Dynamique
- Motivé(e)
- Avec un sens développé du travail en équipe
- Avec un bon relationnel métier (en interne & en externe)
- Avec le sens du résultat et de ses optimisations



Et sera accompagné(e) pour cette mission :

- D'un(e) bénévole
- Et éventuellement d'un stagiaire