

Job Posting

Position: Senior Manager, Brand & Digital

Reports to: Vice-President, Brand Strategy, Marketing & Communications

Salary Range: \$65,000 - \$80,000

Language Requirement: Bilingual (English with conversational French required)

Posting date: November 17, 2021

Reply Deadline: December 3, 2021

Reply to: careers@unitedway.ca

Job Summary

United Way Centraide (UWC) is Canada's leading network of local community builders empowering people to make lasting social change in their community. With a presence across Canada, serving over 5000 communities, our federated network of local United Ways and Centraides tackle the important social issues of poverty and social exclusion in their communities. Our vision is that everyone in every community has the opportunity to reach their full potential. United Way Centraide Canada (UWCC) is the national office that provides leadership and services to UWC members across the country.

Reporting to the Vice-President, Brand Strategy, Marketing & Communications (VP), the Senior Manager works closely with marketing and communications leaders across the network to provide leadership in advancing and stewarding the UWC brand and manages the implementation of strategic brand, marketing and communications programs, with a focus on digital channels.

They will have demonstrated experience in brand management, integrated marketing communications campaign development and execution (particularly in digital channels), managing and maintaining high impact websites and a passion for creative, impact-driven storytelling. They will have demonstrated experience with managing diverse stakeholder groups within a matrixed organization. They are an adept facilitator and communicator with strong team building and collaboration skills with a passion for social justice and building strong communities. They will have a strong analytics background with the ability to act as a subject matter expert within the UWCC Marcom team and showcase leadership within the network in advancing digital engagement strategies.

The Senior Manager has direct responsibility for ensuring consistent, high quality, high impact brand application across the network, and acts as consultant with Marcom colleagues in local United Way and Centraide markets. The Senior Manager supports the VP and in collaboration with the broader Marcom team informs the UWCC national marketing and communication brand strategy and implements related projects within the annual business plan, with an emphasis on advancing UWCC's digital engagement with key stakeholders. The Senior Manager takes a brand-centric view in support of key strategic priorities within the Movement such as fundraising, cause marketing and third-party partnerships and advocacy.

Responsibilities

Brand Management (30%)

The Senior Manager will:

- Actively manage, implement brand compliance across the UWC network by:
 - Managing and maintaining a suite of brand resources for UWC members, including the Brand Identity Guidelines, Style Guide, Social Media Playbook, Issues Management Toolkit, and Communications Messaging Strategy, in collaboration with the Marcom team
 - Ensuring strong knowledge and understanding within the Movement of these brand management tools, including on-boarding and training of new Marcom staff in the network.
 - Actively engaging with local UWCs to ensure high levels of brand compliance, consistent with requirements within the membership and trademark agreements.
 - Pro-actively identifying and escalating issues related to brand risk to the VP or appropriate Executive team member
 - Manages UWCC's legal trademark interests and the licensing of United Way and Centraide trademarks to members or other partners
- Participate in Brand Health research and communications/knowledge mobilization with the UWC network
- Liaises with United Way Worldwide (UWW) in relationship to global brand management
- Ensure all relevant brand, marketing, and communications documents, and UWC Marketing & Communications member lists are up to date, saved, organized, and accessible in United Way Online, UWCC's Member Database (MDB), and in the Team Shared Drive.

Digital Strategy and Content Development (30%)

- Lead and implement UWCC's digital marketing communications strategy (aligned to the UWCC communications strategy) and oversee the successful development and execution of digital assets in partnership with the Marcom team and in collaboration with the UWC network.
 - In collaboration with the Marcom team members, develop and execute digital marketing communications campaigns aligned to key UWCC strategies, areas of focus and themes to improve engagement and understanding of the UWC brand.
 - Lead the creation of impact and brand-driven content in time and resource-efficient ways and channels (videos, infographics, photography)
 - Manage key digital properties including UWCC website, 211.ca, online e-shop
 - Engage internal and network stakeholder to ensure content is relevant, high impact and aligned to UWCC key priorities
 - In collaboration with IT and Operations team, optimize UX/UI by creating stable, engaging, and accessible platforms
 - Provide insights into performance and recommendations for platform improvements (using analytics and tracking tools)
 - Manage external vendors relationships, contracts and project scopes as required
 - In Collaboration with the Strategy and Transformation team, input and support the digital modernization of the UWC movement through implementation of new digital tools, resources, and asset management.

- Support the development of the Brand performance dashboard, and manage ongoing with the UWC marcom network

Integrated Marketing & Communications (30%)

- Support cross-UWCC team/pan-UWC network business objectives (advocacy goals, fundraising/revenue generation, cause marketing partnerships)
 - Support local UWCs to ensure cause marketing policies, trademark agreement and brand guidelines are followed
 - Facilitate UWCC approvals for limited licensing agreements and other National Office approvals
 - Support the development and execution of national cause marketing & third party fundraising opportunities with UWCs and in consultation with the UWCC RD team
- Manage the development and execution of shared and national marketing communications initiatives with UWCs across Canada and actively identify and promote content sharing opportunities within markets to support national-level brand building opportunities.
- Responsible for developing and maintaining, digital content and asset distribution channels and processes.
- Support the VP Brand Strategy, Marketing and Communications, National Director of Marketing & Communications and UWCC Executive in the development of internal communications for UWCC staff.
 - Influence national editorial calendar content strategy by identifying strategically relevant content from local markets

Team Accountability and Admin (10%)

- Support the development and management of the annual Marcom budget, ensuring all invoices are properly coded and processed.
- Support financial forecasting on a quarterly basis
- Other duties as assigned

Accountability & Responsibility Level

- Strategic oversight: Responsible for achieving goals, strategies & tactics. Project and individual performance.
- Strategic Planning: Responsibility for collaborating on objectives, goals and strategies. Responsible for creating, executing and reporting on project plans.
- Financial budget: Co-creates draft budgets. Executes approved budgets.
- Human Resources: Managerial/supervisory responsibility.
- Governance: Committee management (as assigned).

Supervisory Responsibilities

- Volunteers, interns as available
- External vendors

Contact

Internal: VP Brand Strategy, Marketing and Communications, National Director, Marketing & Communications, Communications Manager, Marketing Communications Officer, CEO and UWCC staff

External: Local UWC marketing communications colleagues, vendors and suppliers, counterparts at UWW and other related and external parties as required

Qualifications

Education:

- Post-secondary degree or diploma in the areas of digital marketing communications, content marketing, marketing, and/or other related discipline and/or equivalent experience.

Experience:

- 5+ years of work experience in marketing, brand management, digital marketing communications, design and/or content creation.
- Experience in not-for-profit and/or public sector environments an asset.
- Proven ability to execute integrated marketing communications tactics to a diverse audience of stakeholders

Skills / Knowledge

- Experience with brand management and brand management tools and resources. Familiarity with trademark management and/or licensing an asset.
- Demonstrated experience creating impactful, engaging content for syndication across multiple digital channels.
- Demonstrated experience and propensity towards relationship development and stewardship.
- A self-motivated project manager with the professional foresight and ability to “make the call” or escalate issues as appropriate.
- Ability to navigate complex situations with diplomacy and empathy, with a solutions-centric mindset.
- Strong communications skills (both written and verbal).
- Strong understanding of web technologies including WordPress, Survey Monkey, e-crm platforms like Mail Chimp (or similar). Understanding of online donation platforms such as Artez (or similar)
- Proficiency with Microsoft Office, familiarity with Adobe Creative Suite and content creation tools
- Demonstrated experience with managing web platforms and social media channels, including Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn and YouTube
- Experience using CMS and CRM systems for data management, content creation and campaign deployment; familiarity with Google Analytics, Google Data Studio, and other reporting and analytics tools.
- Experience with performance marketing an asset
- Comfortable working in a fast-paced environment with proven ability to manage competing priorities and to meet deadlines under pressure.

Location

- Position is in UWCC’s national office based in Ottawa. Candidates will be considered from the EST time zone with an expectation for a hybrid work model including some in-office work (some travel required).
- Flexibility to work evenings and weekends as necessary.

- Valid driver's license and passport are required.
- At the discretion of the supervisor, may require overnight travel from time to time to support network conferences, events, and/or meetings

Diversity, Equity, and Inclusion

United Way Centraide Canada hires based on merit and is strongly committed to diversity and equity within its community and to providing a welcoming and inclusive workplace. It especially welcomes applications from Black, Indigenous and People of Colour, women, persons with disabilities, people of all sexual orientations and genders, and others with the skills and knowledge to productively engage with diverse communities.

How to apply

Please send your **cover letter along with your resume** in confidence to:

careers@unitedway.ca

We thank everyone for applying; however, only qualified candidates will be contacted.

Avis de poste vacant

Poste : Responsable principal(e), Marque et Numérique

Supérieure hiérarchique : Vice-présidente, Stratégie de marque, Marketing et Communications

Échelle salariale : De 65 000 \$ à 80 000 \$

Exigences linguistiques : Bilinguisme (maîtrise de l'anglais et aisance à converser en français, impératifs)

Date de l'avis : 17 novembre 2021

Date limite pour postuler : 3 décembre 2021

Postuler à : emplois@centraide.ca

Résumé du poste

Centraide United Way (CUW) est le plus important réseau de bâtisseurs communautaires locaux du Canada qui donnent aux gens les moyens de produire des changements sociaux durables dans leurs communautés. Présent partout au pays et servant plus de 5 000 communautés, notre réseau fédéré de Centraide et de United Way se consacre aux enjeux sociaux d'importance liés à la pauvreté et à l'exclusion sociale à l'échelon local. Notre vision est celle d'un monde où chacun et chacune, dans chaque communauté, a la possibilité de réaliser son plein potentiel. Centraide United Way Canada (CUWC) est le bureau national qui offre leadership et services aux CUW membres d'un bout à l'autre du pays.

Sous la responsabilité de la vice-présidente, Stratégie de la marque, Marketing et Communications, le responsable principal ou la responsable principale travaille en étroite collaboration avec les responsables du marketing et des communications du réseau pour assurer un leadership à l'égard de la promotion et de la gestion de la marque CUW et s'occupe de la mise en œuvre des programmes stratégiques relatifs à la marque, au marketing et aux communications, en mettant l'accent sur les canaux numériques.

Le ou la titulaire possède une expérience confirmée en gestion de la marque, en élaboration et exécution de campagnes de marketing et de communication intégrées (en particulier sur les canaux numériques), en gestion et maintien de sites Web à fort impact et se passionne pour la rédaction d'histoires illustrant l'incidence des dons. Possédant une expérience avérée en gestion de divers groupes de parties prenantes au sein d'une organisation hiérarchisée et excellent en facilitation et en communication, il ou elle possède de solides compétences en constitution d'équipes et en collaboration et a un vif intérêt envers la justice sociale et la création de communautés fortes. Il ou elle possède une solide expérience en analyse et est en mesure d'agir comme spécialiste au sein de l'équipe du marketing et des communications de CUWC et de faire preuve de leadership au sein du réseau en contribuant à l'avancement des stratégies de mobilisation numérique.

Le ou la titulaire est directement responsable d'assurer l'application cohérente et efficace de la marque à un degré élevé de qualité dans l'ensemble du réseau, et agit comme consultant auprès des collègues du marketing et des communications des CUW. Il ou elle appuie la vice-présidente et élabore, en collaboration avec l'équipe du marketing et des communications élargie, la stratégie nationale de CUWC en matière de marketing et de communications

entourant la marque et met en œuvre des projets connexes dans le cadre du plan d'activités annuel, en mettant l'accent sur la promotion de la mobilisation numérique de CUWC auprès des principales parties prenantes. Le ou la titulaire adopte une vision centrée sur la marque pour appuyer la réalisation des priorités stratégiques clés au sein du mouvement, telles que la collecte de fonds, le marketing social, les partenariats avec des tiers et l'action sociale.

Responsabilités

Gestion de la marque (30 %)

Le responsable principal ou la responsable principale sera chargé des volets suivants :

- Gérer activement les questions de conformité à la marque et assurer la conformité des CUW à cette dernière, ce qui implique de :
 - Gérer et tenir à jour un ensemble de ressources liées à la marque pour les CUW membres, y compris les Lignes directrices sur l'identité de la marque, le Guide stylistique, les Lignes directrices concernant les médias sociaux, la Trousse de gestion des enjeux et la stratégie de communications et de diffusion de messages.
 - Favoriser une solide connaissance et compréhension de ces outils de gestion de la marque au sein du mouvement, incluant l'intégration et la formation du nouveau personnel du marketing et des communications.
 - Collaborer activement avec les CUW pour assurer un niveau élevé de conformité à la marque, conformément aux exigences de l'Entente d'adhésion et de l'Entente de licence relative à l'utilisation des marques de commerce.
 - Repérer de manière proactive les enjeux de risques touchant la marque et les signaler à la vice-présidente ou au cadre supérieur concerné.
 - Gérer les intérêts juridiques relatifs aux marques de commerce de CUWC et les licences de marque des Centraide et United Way pour les membres et d'autres partenaires.
- Participer à l'Étude sur la santé de la marque et aux efforts de communication et de mobilisation des connaissances auprès du réseau CUW.
- Assurer la liaison avec United Way Worldwide (UWW) sur la gestion de la marque mondiale.
- Veiller à ce que tous les documents liés à la marque, au marketing et aux communications, de même que les listes des responsables du marketing et des communications des CUW, soient à jour, sauvegardés, organisés et accessibles sur United Way Online, dans la base de données des membres (BDM) de CUWC et sur le disque partagé (*Team Shared Drive*).

Stratégie et développement de contenu numérique (30 %)

- Diriger et exécuter la stratégie de communication marketing numérique de CUWC (alignée sur la stratégie de communication de CUWC) et superviser l'élaboration et le déploiement des ressources numériques en partenariat avec l'équipe du marketing et des communications et en collaboration avec le réseau CUW.
 - En collaboration avec les membres de l'équipe du marketing et des communications, développer et exécuter des campagnes de communication marketing numérique alignées sur les stratégies, les domaines d'intérêt et les objectifs et thèmes clés de CUW afin d'améliorer la connaissance et la compréhension de la marque.

- Diriger la création de contenu axé sur le développement social et la marque par des moyens et des canaux efficaces en termes de temps et de ressources (vidéos, infographies, photographies).
- Gérer les principales propriétés numériques, notamment le site Web de CUWC, 211.ca et la boutique en ligne.
 - Consulter les parties prenantes à l'interne et au sein du réseau pour faire en sorte que le contenu est pertinent, percutant et aligné sur les priorités clés de CUWC.
 - En collaboration avec l'équipe des TI et des opérations, optimiser l'expérience utilisateur et l'interface utilisateur en créant des plateformes stables, attrayantes et accessibles.
 - Fournir des informations sur le rendement et des recommandations pour l'amélioration des plateformes (au moyen d'outils d'analyse et de suivi).
 - Gérer les relations, les contrats et la réalisation de projets auprès des fournisseurs externes, le cas échéant.
- En collaboration avec l'équipe Stratégie et Transformation, orienter et soutenir la modernisation numérique du Mouvement CUW en déployant de nouveaux outils et ressources numériques et en gérant ces ressources.
 - Contribuer au développement du tableau de bord sur le rendement de la marque et en assurer la gestion continue avec le réseau des responsables du marketing et des communications des CUW.

Marketing et communications intégrés (30 %)

- Appuyer les objectifs organisationnels, soient ceux de l'équipe de CUWC et ceux de l'ensemble du réseau CUW (objectifs en matière d'action sociale, de collecte de fonds/génération de revenus et de partenariats en marketing social).
 - Soutenir les CUW afin qu'ils suivent les politiques de marketing social, l'Entente de licence sur l'utilisation des marques de commerce et les Lignes directrices sur l'identité de la marque.
 - Faciliter les approbations de CUWC concernant les ententes de licence limitées et les autres approbations du bureau national.
 - Appuyer le développement et l'exécution d'activités de marketing social et de collecte de fonds par des tiers avec les CUW et en consultation avec l'équipe responsable de l'accroissement des ressources de CUWC.
- Gérer le développement et l'exécution d'initiatives de communication marketing partagées et nationales avec les CUW au Canada; relever et promouvoir activement les possibilités de partage de contenu dans les marchés pour faciliter les activités de développement de la marque à l'échelle pancanadienne.
- S'occuper du développement et de la maintenance des canaux et des processus de diffusion de contenu et de ressources numériques.
- Appuyer la vice-présidente, Stratégie de marque, Marketing et Communications; la directrice nationale, Marketing et Communications; et la direction de CUWC pour concevoir des communications internes à l'intention du personnel de CUWC.
 - Influencer la stratégie de contenu du calendrier éditorial pancanadien en identifiant le contenu stratégiquement pertinent provenant des marchés locaux.

Responsabilités d'équipe et administration (10 %)

- Faciliter l'élaboration et la gestion du budget annuel de marketing et communications en s'assurant que toutes les factures sont correctement codées et traitées.
- Appuyer l'élaboration de prévisions financières de façon trimestrielle.
- Autres tâches, telles qu'elles sont attribuées.

Niveau de responsabilité et d'imputabilité

- Surveillance stratégique : Responsable de l'atteinte des objectifs et de la réalisation des stratégies et des tactiques. Rendement des projets et rendement individuel.
- Planification stratégique : Responsable de la collaboration à l'égard des objectifs, des buts et des stratégies. Responsable de la création, de l'exécution et du compte rendu des plans de projet.
- Budget : Élaboration conjointe d'ébauches de budgets. Exécution des budgets approuvés.
- Ressources humaines : Responsabilité en gestion et supervision.
- Gouvernance : Gestion de comité (tel qu'assigné).

Responsabilités de supervision

- Bénévoles et stagiaires, s'il y a lieu.
- Fournisseurs externes

Relations

À l'interne : Vice-présidente, Stratégie de marque, Marketing et Communications; directrice nationale, Marketing et Communications; responsable, Communications; agente, Marketing et Communications; président-directeur général; et personnel de CUWC.

À l'externe : Collègues des services du marketing et des communications des CUW, pourvoyeurs et fournisseurs, homologues à UWW et autres parties liées et externes, le cas échéant.

Exigences du poste

Formation :

- Diplôme d'études postsecondaires dans les domaines des communications marketing numériques, du marketing de contenu, du marketing et/ou dans une discipline connexe et/ou expérience équivalente.

Expérience :

- Au moins 5 années d'expérience en marketing, gestion de marque, communications marketing numériques, conception et/ou création de contenu.
- L'expérience dans le secteur sans but lucratif et/ou secteur public est un atout.
- Capacité confirmée à exécuter des tactiques de communications marketing intégrées à l'attention d'un large éventail de parties intéressées.

Compétences/Connaissances :

- Expérience en gestion des marques et des outils et ressources de gestion des marques. Les connaissances en gestion des marques et/ou en attribution de licences sont un atout.
- Expérience avérée dans la création de contenus percutants et attrayants destinés à être diffusés sur plusieurs canaux numériques.

- Expérience avérée et aptitude à l'établissement et à la gestion de relations.
- Gestionnaire de projet motivé(e), doté(e) d'une clairvoyance professionnelle et d'une capacité à prendre des décisions ou à faire remonter les problèmes, le cas échéant.
- Capacité à gérer des situations complexes avec diplomatie et empathie, dans un esprit de recherche de solutions.
- Solides compétences en communications (écrites et verbales).
- Bonne compréhension des technologies Web, notamment WordPress, Survey Monkey, les plateformes électroniques de GRC comme Mail Chimp (ou similaire). Connaissance des plateformes de dons en ligne telles que Artez (ou similaire).
- Maîtrise de Microsoft Office, familiarité avec la suite Adobe Creative et les outils de création de contenu.
- Expérience avérée de la gestion de plateformes Web et de canaux de médias sociaux, notamment Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn et YouTube.
- Expérience de l'utilisation de systèmes de gestion de contenu (SGC) et de gestion des relations avec la clientèle (GRC) pour la gestion des données, la création de contenu et le déploiement de campagnes; familiarité avec Google Analytics, Google Data Studio et d'autres outils de rapport et d'analyse.
- L'expérience en marketing à la performance sera considérée comme un atout.
- Aisance à travailler dans un milieu où la cadence des activités est rapide, et capacité avérée à gérer des priorités concurrentes et à respecter des échéances sous pression.

Lieu de travail

- Le ou la titulaire travaillera au bureau national de CUWC situé à Ottawa. Les candidatures seront prises en considération pour la zone horaire EST et l'on s'attend à un modèle de travail hybride comprenant une partie du travail réalisé au bureau (certains déplacements sont nécessaires).
- Il ou elle doit être disponible pour travailler le soir et les fins de semaine, au besoin.
- Il ou elle doit en outre posséder un permis de conduire et un passeport valide.
- À la discrétion de la superviseure, le poste peut demander des déplacements de plus d'une journée, occasionnellement, pour appuyer des conférences, des activités ou des réunions de réseaux.

Diversité, équité et inclusion

Centraide United Way Canada embauche sur la base du mérite et s'engage fermement à respecter la diversité et l'équité au sein de sa communauté et à offrir un milieu de travail accueillant et inclusif. L'organisation accueille tout particulièrement les candidatures de personnes noires, autochtones et de couleur, de femmes, de personnes en situation de handicap, de personnes de toutes les orientations sexuelles et de tous les genres, et les autres personnes ayant les compétences et les connaissances nécessaires pour s'engager de manière productive auprès de diverses communautés.

Comment postuler

Veuillez faire parvenir votre **lettre de motivation et votre curriculum vitae** en toute confidentialité à : emplois@centraide.ca.

Nous remercions toutes les personnes ayant posé leur candidature, mais nous ne communiquerons qu'avec les candidats et candidates qualifiés.