



---

Position:	Digital Strategist
Employment status:	Permanent position (35 hours per week)
Location:	700- 5100 de Maisonneuve Blvd. Ouest, Montreal (Quebec) - currently working remotely

---

Reporting to the Manager of Digital Strategy the **Digital Strategist** is part of a dynamic team of marketing and communication experts.

The Digital Strategist supports the development and management of the Foundation's multiplatform digital strategy to acquire and inspire new donors and supporters, as well as increase online revenue. The Digital Strategist contributes to the planning and development for digital marketing strategies designed to increase online traffic and prospect conversion as well as cultivation of existing online donors. They work with digital media agencies, as well as the greater marketing and communications team and Foundation colleagues to understand the complex matrix of fundraising needs across the organization and support a comprehensive, multi-year digital plan.

The role requires a solid grasp of the digital marketing strategies required to drive campaigns from conception to execution to reporting and measurement. The Digital Strategist along with the Manager of Digital Strategy play a key role in linking the communications and marketing content developed across the organization and optimizing the re-purposing of said content and effort.

### KEY AREAS OF RESPONSIBILITY

- Work in collaboration with Digital Manager, Director of Digital Strategy, Communications and Marketing team to develop the Foundation's digital fundraising plan.
- Configure, manage, deploy and optimize projects for paid and organic social content and e-communications.
- Use CRM platform to develop and optimize lead and donor automations as well as segmentation strategies.
- Analyze data and performance reports and ensure continuous improvement to maximize the reach of digital marketing initiatives and assess performance against KPIs.
- Work closely with key stakeholders to set processes, resolve bottlenecks, and ensure that efforts are aligned to key opportunities and against priority campaigns.
- Ensure digital campaign milestones and deliverables are reflected in Marketing and Communication team's content calendar and are rolled out effectively internally and externally.
- Work in collaboration with other members of the Marketing and Communications team to ensure quality control related to digital campaign assets - consistency in branding and messaging as well as communication frequency and segmentation.



- Work within the wider organization to connect digital campaign strategies to the execution of omni-channel marketing plans (fundraising, annual, direct mail, communications).
- Use project management techniques/principles to plan and manage multiple concurrent projects with conflicting deadlines, effectively using resources to achieve deliverables and manage competing priorities.
- Stay abreast of competitive trends and best practices in digital marketing and advertising and make recommendations to improve digital marketing efforts across all platforms.

## QUALIFICATIONS AND CHARACTERISTICS

- University Degree in Digital Communications, Marketing, Social Media or related field required;
- 2+ years' experience in digital marketing;
- Experience in the development and implementation of digital campaigns and initiatives;
- Comfort with various platforms and digital software for marketing communication;
- Understanding of digital marketing, with knowledge of optimization tactics, and KPI management for online/digital media;
- Detail-oriented with ability to multi-task, organize, prioritize and meet deadlines;
- Excellent interpersonal skills and ability to build strong collaborative relationships with colleagues, donors, physicians, researchers and other stakeholders;
- Bilingualism (English/French) is considered an asset;
- Experience in not-for-profit health care fundraising considered an asset.

We thank you for your interest in the MUHC Foundation and all submitted applications will be considered, however only selected candidates will be contacted for interview purposes.

Candidates must forward their CV and cover letter via email to:

McGill University Health Centre Foundation  
700-5100 de Maisonneuve Blvd. West  
Montreal, QC H4A 3T2  
Attn: Vanessa Pace  
[vanessa.pace@muhc.mcgill.ca](mailto:vanessa.pace@muhc.mcgill.ca)



---

Poste disponible :	Stratège numérique
Situation d'emploi :	Poste permanent (35 heures par semaine)
Lieu d'emploi :	700-5100, boulevard de Maisonneuve Ouest Présentement à distance

---

Relevant de la gestionnaire des stratégies numériques, le ou la **stratège numérique** fera partie d'une équipe dynamique d'experts en marketing et en communication.

Le ou la stratège numérique aidera au développement et à la gestion des stratégies numériques multiplateformes de la Fondation, afin d'inspirer et d'acquérir de nouveaux donateurs et alliés, ainsi que d'augmenter les revenus en ligne. Le ou la stratège numérique contribuera à la planification et au développement de stratégies de marketing numérique conçues pour augmenter le trafic en ligne et la conversion des donateurs potentiels, ainsi que la culture en ligne des donateurs existants. La personne choisie travaillera avec des agences de médias numériques, ainsi qu'avec l'équipe du marketing et des communications et les autres collègues de la Fondation, pour comprendre la matrice complexe des besoins en collecte de fonds de l'organisme et mettre en œuvre un plan numérique complet et pluriannuel.

Ce rôle exige une solide connaissance des stratégies de marketing numérique nécessaires pour mener des campagnes, de la conception à l'exécution, en passant par l'établissement de rapports et de mesures. Le ou la stratège numérique et la gestionnaire des stratégies numériques jouent un rôle clé dans l'établissement de liens entre les communications et le contenu marketing élaborés dans l'ensemble de l'organisme et pour l'optimisation de l'usage de ces contenus et de ces efforts.

### PRINCIPALES RESPONSABILITÉS

- Travailler en collaboration avec la gestionnaire des stratégies numériques, la directrice des stratégies numériques, ainsi qu'avec l'équipe des communications et du marketing pour élaborer le plan de collecte de fonds numérique de la Fondation.
- Configurer, gérer, déployer et optimiser les projets de contenus sociaux et de communications électroniques payants et organiques.
- Utiliser la base de données pour développer et optimiser des automatisations de prospects et de donateurs, ainsi que des stratégies de segmentation.
- Analyser les données et les rapports de performance et assurer une amélioration continue pour maximiser la portée des initiatives de marketing numérique et évaluer les performances par rapport aux indicateurs clés.



- Travailler en étroite collaboration avec les principales parties prenantes pour établir des processus, résoudre les goulets d'étranglement et veiller à ce que les efforts soient alignés sur les opportunités clés et sur les campagnes prioritaires.
- S'assurer que les jalons et les livrables des campagnes numériques sont pris en compte dans le calendrier de contenu de l'équipe du marketing et des communications, et qu'ils sont déployés efficacement à l'interne et à l'externe.
- Travailler en collaboration avec d'autres membres de l'équipe du marketing et des communications pour assurer le contrôle de la qualité des actifs de la campagne numérique : la cohérence de la marque et du message, ainsi que la fréquence et la segmentation des communications.
- Travailler plus largement au sein de l'organisme pour relier les stratégies de campagne numérique à l'exécution des plans de marketing omnicanaux (collecte de fonds, campagne annuelle, publipostage, communications).
- Utiliser des techniques et principes de gestion de projet pour planifier et gérer plusieurs projets simultanés avec des échéances contradictoires, en utilisant efficacement les ressources disponibles pour obtenir les résultats attendus et gérer les priorités concurrentes.
- Se tenir au courant des tendances de la concurrence et des meilleures pratiques en matière de marketing numérique et de publicité, et faire des recommandations pour améliorer les efforts de marketing numérique sur toutes les plateformes de la Fondation.

## QUALIFICATIONS REQUISES

- Diplôme universitaire en communication numérique, marketing, médias sociaux ou domaine connexe requis;
- Plus de deux ans d'expérience en marketing numérique;
- Expérience dans l'élaboration et la mise en œuvre de campagnes et d'initiatives numériques;
- Aisance avec diverses plateformes et logiciels numériques pour la communication marketing;
- Compréhension du marketing numérique, avec une connaissance des tactiques d'optimisation et de gestion des indicateurs clés de performance en lien avec les médias numériques;
- Souci des détails et capacité d'effectuer plusieurs tâches, d'organiser, d'établir des priorités et de respecter des délais;
- Excellentes compétences interpersonnelles et capacité d'établir de solides relations de collaboration avec des collègues, des donateurs, des médecins, des chercheurs et d'autres parties prenantes;
- Bilinguisme (anglais/français), un atout;
- Expérience en collecte de fonds à but non lucratif liée aux soins de santé, un atout.

Nous vous remercions de votre intérêt envers la Fondation du CUSM. Toutes les candidatures soumises seront examinées, mais seules les personnes choisies seront convoquées pour une entrevue.

**Fondation  
du Centre universitaire  
de santé McGill**



**McGill University  
Health Centre  
Foundation**

Les candidats et candidates doivent nous faire parvenir leur CV et leur lettre de présentation par courriel :

**Fondation du Centre universitaire de santé McGill**

5100, boul. de Maisonneuve Ouest, bureau 700

Montréal (Québec) H4A 3T2

À l'attention de : Vanessa Pace

[Vanessa.pace@muhc.mcgill.ca](mailto:Vanessa.pace@muhc.mcgill.ca)