Êtes-vous notre futur gestionnaire de contenu ?

Nous sommes à la recherche d'un gestionnaire de contenu hors pair pour rejoindre notre équipe en pleine croissance et prendre en charge nos initiatives de marketing de contenu sur toutes les plateformes et formats numériques. Votre mission est unique et sera le cœur battant de notre activité : nous aider à générer du trafic qualifié, des leads et des ventes par voie numérique en établissant notre société comme l'autorité n°1 dans **[insérer votre secteur d'activité ici]**.

Notre gestionnaire de contenu doit être un passionné de storytelling de la marque, avec un esprit de journaliste, ainsi qu'une obsession pour la performance du contenu, le reporting et l'analytique.

Le candidat idéal aura également un cœur d'enseignant et un amour pour l'apprentissage, l'écriture et la communication sous toutes ses formes. Surtout, il saura reconnaître la valeur de chaque membre de notre équipe et le mettre à l'aise, en lui donnant les moyens de raconter son histoire et de partager son expertise avec notre public.

A quoi ressemblera votre semaine type:

- Publication d'au moins trois nouveaux éléments de contenu, qu'il s'agisse de texte (articles de blog), de vidéo ou d'audio (podcasts).
- Entretien avec des experts internes en la matière pour le contenu.
- les efforts de marketing par courriel de l'entreprise, y compris les bulletins d'information, les processus automatisés, etc.
- La prise en charge de l'ensemble des analyses et des rapports relatifs aux efforts de marketing de contenu.
- Optimisation des moteurs de recherche (SEO) pour le site web et le contenu.
- Les médias sociaux pour l'engagement de la communauté et la promotion du contenu à long terme.

- Production de contenu premium, y compris des ebooks, des webinaires, etc.
- Création de pages d'atterrissage et d'autres outils de génération de leads.
- Mises à jour et améliorations générales du site web, par exemple nouvelles pages et placement d'appels à l'action.
- Développement professionnel et formation continue dans des domaines pertinents (par exemple, certifications HubSpot).

Formation

Un diplôme en français **[et/ou anglais si vous publiez surtout en anglais]**, en journalisme ou en relations publiques est préférable, mais pas obligatoire. Une expérience équivalente sera prise en considération.

Compétences et connaissances requises

- Des compétences rédactionnelles et éditoriales irréprochables, avec une excellente maîtrise de la langue française. **[et/ou anglaise si vous publiez surtout en anglais]**
- Compréhension des guides de style éditorial courants, par exemple Lexique des règles typographiques en usage à l'Imprimerie nationale, Le Bon Usage, etc. **[et/ou AP Style, Chicago Manual of Style si vous publiez surtout en anglais]**
- Une formation de journaliste de presse écrite ou audiovisuelle est un atout. Vous savez raconter une histoire en utilisant des mots, des images ou du son, et vous comprenez comment créer un contenu qui attire un public.
- La capacité de penser comme un enseignant, en comprenant intuitivement ce que le public a besoin de savoir et comment il veut le consommer.
- Une passion pour les nouveaux outils technologiques et l'utilisation de ces outils dans vos propres blogs et dans les médias sociaux.

- Une articulation claire de l'objectif commercial qui sous-tend la création d'un élément (ou d'une série) de contenu.
- Compétences en gestion de projet pour gérer les calendriers éditoriaux et les délais dans le cadre de campagnes d'entreprise et de campagnes en cours.
- Connaissance des principes du marketing.
- Excellentes aptitudes relationnelles.
- Doit se tenir continuellement au courant des dernières plateformes, des outils technologiques et des solutions de marketing grâce à des partenariats.
- Capable de filtrer les argumentaires de vente et de rechercher l'histoire pertinente de la marque et du client.