

NOM / RÉF N/A	DATE: 11 novembre 2016
INTITULÉ DU POSTE: RESPONSABLE MARKETING ET COMMUNICATION	SUPÉRIEUR HIÉRARCHIQUE DIRECTEUR DES OPÉRATIONS
DÉPARTEMENT: DIRECTION DES OPÉRATIONS	UNITÉ: N/A
A. RÉSUMÉ DU POSTE	
<p>Le Responsable Marketing et Communication (MARCOM) a pour mission principale de gérer les communications internes (au sein de l'Agence) et externes avec les investisseurs existants et potentiels, les médias, les consultants, les différentes institutions (banques, ambassades etc.). Le but étant de fournir de diffuser les informations sur les secteurs spécifiques, améliorer l'image du Mali, ainsi que de susciter d'avantage l'intérêt d'investisseurs qualifiés. Enfin, il s'agit d'augmenter la visibilité de l'agence.</p>	
B. MISSION ET RESPONSABILITÉS CLÉS	
<ul style="list-style-type: none"> • Définir la politique de communication de l'Agence ; • proposer à la Direction des supports de communication adaptés aux objectifs et cibles retenus ; • superviser la rédaction de la documentation promotionnelle de l'Agence ; • élaborer un budget de communication et publicité ; • publier le journal interne de l'Agence ; • recenser les manifestations nationales et internationales susceptibles de correspondre aux objectifs de développement de l'Agence ; • superviser la confection du matériel promotionnel en relation avec les agences de communication et veiller à sa mise à disposition dans les délais (catalogues, guide pratique, site internet) ; • participer éventuellement aux forums publics; • gérer les relations avec la presse ; • élaborer les messages et les campagnes de sensibilisation du public au Mali (les services de l'API, l'avantage de la promotion des investissements, les liens avec les grands investisseurs, etc.) • assurer la couverture médiatique des évènements organisés par l'Agence elle-même et celle des missions de promotion économique de l'Agence à l'extérieur du pays ; • appuyer les autres départements dans la mise en œuvre de la stratégie de Communication de l'Agence. • Superviser la mise en œuvre des différents plans de medias ; • Être l'interface de l'Agence avec les agences de conseil en communication. 	
C. RÉSULTATS ATTENDUS ET /OU PORTÉE FINANCIÈRE (PORTEFEUILLE)	
<ul style="list-style-type: none"> • Amélioration des résultats (nombres d'investissements, accroissement d'activités, visibilité agence dans les médias etc.) • Retour sur investissement des opérations de communication et de promotion • Supports de communication efficaces et fournis dans les délais 	
D. IMPACT ORGANISATIONNEL/INFLUENCE	
<p>Interne:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ DGA ; ○ Direction des Opérations ; ○ Responsable des Relations Investisseurs ; ○ Responsable des Guichets Uniques. 	

Externe:

- Masse Médias
- Points focaux au niveau des Ambassades
- Organisations professionnelles ;
- Acteurs privés, publiques, associatifs.

E. RESPONSABILITÉS DE SUPERVISION

Fonction supervisée :

- Équipe MARCOM.

F. EXIGENCES DU POSTE CONNEXES / QUALIFICATIONS

Compétences techniques

- Être bilingue (Anglais-français) ;
- Avoir une bonne capacité d'analyse et de synthèse ;
- Savoir entretenir et développer des réseaux ;
- Avoir une excellente capacité de persuasion et de négociation ;
- Connaitre le secteur de la promotion des investissements ;
- Avoir une expérience en agence de communication/relations publiques et organisation d'évènementiels ;
- Avoir une bonne maîtrise de l'outil informatique ;
- Avoir une bonne connaissance des réseaux sociaux et des techniques de e-marketing.

Compétences clés-Savoir être, Savoir faire

- Savoir travailler sous pression ;
- Savoir gérer une équipe pluridisciplinaire ;
- Avoir le sens de l'organisation ;
- Être éloquent ;
- Savoir travailler en équipe ;
- Avoir le sens du relationnel ;
- Être méthodique, rigoureux;
- Faire preuve d'ouverture d'esprit et de créativité.

Niveau d'expérience requis

Justifier d'une expérience professionnelle pertinente d'au moins cinq (05) ans à un poste similaire.

G. EXIGENCES PÉDAGOGIQUES:

- Être titulaire d'un Diplôme d'études supérieures de niveau BAC+5 minimum en Marketing, Communication ou un diplôme équivalent.

H. ANALYSE

- Prioriser les problèmes et les actions à entreprendre ;
- Exécution rapide des décisions prises

I. JUGEMENT ET PRISE DE DÉCISION

Le Responsable MARCOM est le premier responsable de l'image et de la notoriété de l'Agence.

J. CONDITIONS DE TRAVAIL

- Les conditions de travail requièrent une bonne capacité de gestion du stress.

K. EXIGENCES DE VOYAGE

- Le poste est localisé à Bamako et implique des déplacements occasionnels à l'extérieur et à l'intérieur du pays (environ 30-40 % du temps).