

OFFRE D'EMPLOI

Chargé·e de marketing digital

Bruxelles

100 % ETP CDI – Engagement début novembre

Tu souhaites rejoindre une équipe dynamique et motivée ? Tu rêves de plus de justice sociale ? Tu as envie de t'engager pour accompagner des personnes et, à nos côtés, pour lutter contre le sans-chez-soirisme et la grande précarité ? Alors ce job est fait pour toi !

L'Ilot c'est...

Une équipe engagée de plus de **140 travailleurs et travailleuses** et d'une cinquantaine de volontaires qui agissent aux côtés des personnes en situation de grande précarité pour lutter contre le sans-chez-soirisme et faire reculer les inégalités.

Guidée par des valeurs fortes de **justice sociale, d'émancipation et de solidarité**, L'Ilot développe des dispositifs innovants d'accueil, d'accompagnement et de logement, et construit un plaidoyer pour faire advenir une société juste, inclusive et solidaire, où chaque personne peut exercer pleinement ses droits.

L'organisation fonctionne en **gouvernance partagée** et place la parole des personnes concernées au cœur de ses projets et de ses processus.

Le lieu

Le pôle Communication et Levée de fonds est composé de 25 personnes dont une partie s'occupe de la levée de fonds, incluant des personnes engagées pour réaliser du streetfundraising, et l'autre pour de la communication externe et interne.

Tâches principales

Sous la supervision du responsable de la stratégie levée de fonds, dans une équipe qui fonctionne en gouvernance partagée, tu es responsable des tâches listées ci-dessous.

Mission 1 - Piloter les campagnes d'acquisition de leads et de donateurs (50 % du temps de travail)

- Mettre en place et optimiser des campagnes digitales d'acquisition.
- Créer des landing pages dédiées.
- Gérer le tracking des audiences : mise en place sur Google Tag Manager, création des UTM et vérification sur GA4.
- Paramétrer des campagnes Google Ads, Taboola et META.
- Ajuster en temps réel des budgets sur ces plateformes en fonction du ROI.
- Coordonner la production des contenus liés aux campagnes : copy, visuels et vidéos.
- Coordonner les campagnes digitales avec des freelances / agences externes.

- Suivre des plannings et des budgets en lien avec les objectifs stratégiques.

Mission 2 - Développer les parcours d'engagement pour la fidélisation (30 % du temps de travail)

- Concevoir des parcours d'engagement digitaux qui prolongent la relation avec les donateur.rices au-delà du premier don.
- Développer les synergies entre canaux digitaux et canaux traditionnels (courrier, téléphone, événementiel) pour renforcer la fidélisation.
- Gestion des emailings d'appels à don sur Brevo (copy, mise en page, paramétrage, envoi).

Mission 3 - Analyser et rendre compte de la performance (10 % du temps de travail)

- Analyser des campagnes via le CRM, Google Analytics et autres outils de suivi.
- réaliser des rapports réguliers sur les performances des campagnes (acquisition, SEO/GEO, emails, etc.) avec recommandations d'ajustement.
- Assurer une veille technologique pour rester informé.e des dernières tendances en marketing digital.

Mission 4 - Développer le SEO et le GEO (10 % du temps de travail)

- Enrichir et optimiser le contenu du site web pour le référencement naturel (SEO et GEO) : ciblage de mots-clés prioritaires, coordination de la rédaction d'articles
- Optimiser la visibilité de L'Ilôt dans les réponses générées par les moteurs : structuration du contenu, données structurées et formats adaptés aux nouveaux usages de recherche.
- Briefer les partenaires IT de L'Ilôt : listing d'améliorations techniques en vue d'optimiser le SEO.
- Coordonner le projet Semactic : point de contact unique avec l'agence, priorisation et suivi des tâches, analyse des résultats.

Profil recherché

- ✓ Tu as un diplôme de type bachelier/master en marketing, communication digitale ou domaine équivalent, ou une expérience professionnelle démontrant une maîtrise équivalente des compétences ci-dessous.
- ✓ Tu as une expérience professionnelle de minimum 2 ans dans une fonction similaire.
- ✓ Compétences et connaissances
 - Tu maîtrises les outils et techniques d'acquisition digitale (campagnes, tracking, SEO/GEO, marketing automation).
 - Tu as de bonnes compétences rédactionnelles (capacité à produire un copy clair et engageant).
 - Tu sais gérer plusieurs projets en parallèle et prioriser en fonction des objectifs.
 - Tu es rigoureux-se (reporting, optimisation basée sur les données) et as un bon esprit d'analyse.
 - Tu es créatif-ve (création d'annonces, visuels et animations vidéo).
 - Tu sais travailler en autonomie, tout en étant capable de collaborer de manière transversale (communication, responsable opérationnel LDF)
 - Tu es curieux-se et as une grande capacité d'apprentissage (veille technologique, outils IA)

- Tu as des compétences de base en anglais (échanges avec le support des plateformes).
- Tu adhères au projet social de L'Ilôt ; tu en partages aussi les valeurs et l'éthique de l'organisation.
- Tu es prêt·e à prendre part à un fonctionnement en gouvernance partagée.

Conditions

- **Contrat** : à durée indéterminée – à pourvoir début novembre 2026
- **Rémunération** : selon les barèmes en vigueur à la COCOF – commission paritaire 319.02
- **Avantages proposés par L'Ilôt** : congés légaux + 5 jours de congés complémentaires/an ; chèques-repas ; possibilités de télétravail ; remboursement des frais de transport selon dispositions en vigueur dans le secteur (indemnités vélos, abonnement STIB sur la région bruxelloise, transport privé) ; réductions de temps de travail à partir de 45 ans
- **Lieu de travail** : Bruxelles
- **Régime de travail** : 37h (100 %) de jour en semaine

Envoie ta lettre de motivation accompagnée d'un CV à l'attention de Marie SADZOT, coresponsable RH (recrutement@ilot.be). Merci de mentionner la référence : **Chargé-e marketing digital**.

Date limite pour les candidatures : 23 août 2026