



La Fondation de la Mer s'engage en faveur de la diversité, de l'égalité des chances et de l'inclusion. Dans ce cadre, tous nos recrutements sont ouverts aux personnes en situation de handicap.

*Sous la responsabilité de la Directrice de la Communication, et en lien étroit avec la Responsable de la Communication, la Fondation de la Mer recherche **un·e Chargé·e Social Media en stage ou alternance** pour contribuer à la stratégie Social Media de la Fondation, en lien étroit avec la stratégie de communication globale et le calendrier de la collecte de fonds.*

Vous participerez au développement de la notoriété et de la collecte à travers une présence régulière, cohérente, moderne et performante sur l'ensemble des réseaux sociaux (Meta, LinkedIn, YouTube...).

MISSIONS PRINCIPALES

Stratégie Social Media

- Co-construire une stratégie social media ambitieuse, cohérente et orientée résultats (notoriété, engagement, conversion).
- Actualiser un calendrier de contenus en lien avec les temps forts de communication et les objectifs de collecte.
- Planifier des contenus adaptés aux plateformes : posts, carrousels, visuels, vidéos courtes.
- Participer aux réflexions visant à acquérir, développer et animer des audiences stratégiques, renforcer l'engagement des communautés existantes.
- Gérer la modération des comptes : réponses aux commentaires et messages privés, interactions stratégiques avec prospects, bénévoles, donateurs et partenaires.
- Assurer un social listening permanent : veille sur la marque, les tendances, les innovations et les acteurs du secteur.

Création & production de contenus

- Produire et orchestrer des contenus modernes (photos, créations Canva, covers, vidéos courtes, stories).
- Créer une base de données d'illustrations de nos projets (photos, vidéos)
- Identifier les contenus pertinents à partager (Bonnes nouvelles, Actualités majeures de l'écosystème et de nos communautés)
- Veille et identification de nouveaux leviers d'activation.

Campagnes digitales de collecte

- Contribuer à la mise en œuvre des campagnes Paid Social en lien ou non avec les agences (KPIs, budgets, conversions, optimisations).

- Monter en compétences sur le paramétrage des Business Managers, la construction d'audiences, les formats sponsorisés et l'A/B testing.

Insights, reporting & optimisation

- Suivre et analyser les KPIs : croissance des abonnés, reach, engagement, trafic, conversions social-to-site.
- Participer au reporting mensuel (analyses, recommandations opérationnelles).
- Ajuster en continu la stratégie social media et influence en fonction des performances et des insights.

Vous êtes en fin d'étude en communication digitale, marketing, médias ou équivalent, vous justifiez d'au moins un stage en Communication, en Community Management ou Social Media Manager dans un environnement B2C. Une expérience dans le secteur associatif serait un plus.

- Bonne maîtrise des plateformes sociales notamment Meta et LinkedIn
- Capacité à structurer, organiser et exécuter de manière autonome
- Forte sensibilité marketing : lead generation, tunnel de conversion, tracking
- Bonne compréhension des enjeux environnementaux, et plus particulièrement des enjeux de l'Océan.
- Bonne plume
- Sens esthétique et rigueur
- Fiabilité et engagement
- Proactivité

Stage ou alternance à pourvoir dès que possible

AVANTAGES

1 jour de TT par semaine

12 ou 15 jours de congés

Merci de transmettre CV et lettre de motivation à ej@fondationdelamer.org