

## Description de poste/ Job Description

<b>Titre du poste / Job title:</b>	Spécialiste de Marque / Brand Specialist
<b>Se rapporte à /Reports to :</b>	Gestionnaire de Marque / Brand Manager

*English version will follow*

### Objectif du poste:

Le rôle de Spécialiste de marque combine créativité, réflexion stratégique et aisance sur les plateformes sociales. Vous apportez des idées, identifiez les tendances émergentes et contribuez activement au développement de la marque de façon inspirée et structurée.

Le Spécialiste de marque joue un rôle clé dans l'orientation des récits, des thèmes et des concepts qui guideront l'équipe créative. Il contribue à raconter de meilleures histoires, à maintenir la pertinence de la marque et à créer des liens durables avec les consommateurs. Ce poste s'adresse à une personne créative, stratégiquement solide, et naturellement connectée aux réseaux sociaux, à la culture numérique et aux comportements des consommateurs.

### Responsabilités

#### Narration de marque et présence numérique

- Proposer des angles narratifs alignés avec la stratégie de marque de Yupik et Elan.
- Développer des idées, des concepts et des opportunités créatives qui priorisent les médias sociaux.
- Agir comme veilleur culturel en suivant les tendances, plateformes et meilleures pratiques.
- Collaborer avec l'équipe créative pour transformer les concepts en campagnes et actifs numériques.
- Évaluer les signaux qualitatifs de performance (commentaires, partages, réactions de la communauté).
- Soutenir l'engagement communautaire dans le respect de l'identité de marque.

#### Brief créatif et gestion des demandes

- Transformer les besoins marketing en briefs clairs et inspirants pour l'équipe créative.
- Gérer les demandes via le processus de traitement dans Asana.
- S'assurer que chaque brief est précis et claire
- Collaborer avec la gestionnaire de marques pour prioriser les projets et assurer l'alignement stratégique.
- Suivre l'exécution dans Filestage en collaboration avec les opérations créatives.

## Narration CRM et engagement des abonnés

- Définir les axes narratifs des communications CRM (infolettres, contenus éditoriaux).
- Proposer des idées visant à renforcer l'attachement à la marque et l'engagement des abonnés.
- Collaborer avec le responsable e-commerce (responsable des indicateurs quantitatifs) afin d'intégrer les apprentissages aux futures communications.

## Gouvernance de la marque et collaboration interne

- Veiller à la cohérence de la voix, du ton et de la personnalité de la marque sur tous les canaux.
- Contribuer à la planification trimestrielle et aux idées saisonnières.
- Soutenir les équipes internes (création, ventes, produit, e-commerce) avec des orientations de marque claires.
- Participer activement aux sessions d'idéation et de réflexion créative.

## **Qualifications requises**

### Savoir-faire :

- 2 à 4 ans d'expérience en marketing, gestion de marque, communications ou marketing numérique.
- Excellentes compétences écrites et orales en français et en anglais.
- Bonne compréhension des plateformes sociales, de la narration et des comportements consommateurs.
- Créativité alliée à une approche structurée et stratégique.
- À l'aise pour orienter une équipe créative sans produire le contenu soi-même.
- Organisé, autonome et capable de gérer plusieurs priorités.

### Savoir-être :

- Marketeur créatif avec un esprit analytique.
  - Autonome et force de changement du statu quo.
  - Curieux, branché sur la culture et passionné de la communication narrative.
  - Collaboratif et motivé par le travail d'équipe.
-

## **Purpose of the position:**

This role blends creativity, brand thinking, and social fluency: the Brand Specialist brings ideas, identifies emerging trends, and contributes to brand-building initiatives in a way that is both imaginative and strategically grounded.

The brand Specialist will guide the narratives, themes, and high-level directions that inspire our creative team. This role will help the team tell better stories, stay relevant, and build meaningful connections with our consumers. This is an exciting opportunity for someone who is energized by creativity, confident with brand strategy, and naturally tuned into the fast pace of social platforms, digital culture, and consumer behaviour.

## **Responsibilities**

### Brand Storytelling & Digital Presence

- Ideate compelling storytelling angles aligned with Yupik and Elan's brand strategy.
- Bring forward social-first concepts, narrative directions, and creative opportunities.
- Act as a cultural radar by tracking platform shifts, trends, and emerging best practices.
- Collaborate with the creative team to translate concepts into campaigns and digital assets.
- Evaluate qualitative signals of content resonance (comments, shares, community sentiment).
- Support community engagement while ensuring brand consistency.

### Creative Briefing & Intake Management

- Translating marketing needs clear, inspiring briefs for creative teams.
- Manage requests through the Asana intake process.
- Ensure each brief is clear and defined
- Partner with the Brand Manager to prioritize projects and ensure alignment with brand strategy.
- Follow execution through Filestage in collaboration with Creative Operations.

### CRM Storytelling & Subscriber Engagement

- Shape the narrative direction of CRM communications such as newsletters and editorial themes.
- Propose ideas that strengthen brand affinity and deepen relationships with subscribers.
- Collaborate with the E-Commerce Manager (who owns quantitative performance) to ensure insights inform future storytelling

### Brand Stewardship & Cross-Functional Collaboration

- Ensure brand voice, tone, and personality are expressed consistently across all channels.
- Contribute to quarterly brand planning and seasonal storytelling ideas.
- Support internal teams (Creative, Sales, Product, E-Commerce) with brand-aligned messaging.
- Participate actively in brainstorming and ideation sessions.

## Required Qualifications

### Skills

- 2 to 4 years of experience in marketing, brand management, communications, or digital marketing.
- Fully bilingual with strong written and verbal communication skills in English and French.
- Solid understanding of social platforms, digital storytelling, and consumer behaviour.
- Creative thinker with a structured, brand-oriented mindset.
- Comfortable guiding creative teams without being a hands-on content creator.
- Organized, proactive, and able to manage multiple priorities.

### Personal Attributes

- Creative marketer with analytical instincts.
- Self-starter who brings ideas and challenges the status quo.
- Curious, culturally aware, and passionate about storytelling.
- Collaborative and energized by teamwork

*Révisé le 2025-12*