



## Un(e) Chargé(e) de la Promotion du Marché des Titres Publics (H/F) Poste basé à Dakar – Disponible Immédiatement

### IDENTIFICATION DU POSTE

---

**Titre du poste :** Chargé(e) de la Promotion du Marché des Titres Publics.

**Famille professionnelle :** Marketing, Communication, Finance,

**Catégorie / Corps :** Personnel d'encadrement

L'Agence UMOA-Titres (AUT) a vocation à apporter son concours aux États membres pour mobiliser sur les marchés de capitaux, les ressources nécessaires au financement de leurs politiques de développement économiques, à des coûts maîtrisés. L'AUT est chargée d'identifier les modalités les plus appropriées pour mobiliser les ressources financières nécessaires au financement des États sur les marchés régionaux et internationaux de capitaux. Elle apporte son assistance aux Trésors publics des États membres de l'UMOA.

Dans le cadre d'un renforcement d'effectif, nous recherchons **un(e) chargé(e) de la Promotion du Marché des Titres Publics.**

### MISSIONS DU POSTE

---

Au sein de l'équipe en charge des opérations d'émission et de mise en œuvre de la gestion active de la dette et de la trésorerie, le titulaire du poste définit et met en œuvre la stratégie de promotion du Marché des Titres Publics

Il prend en charge la conception et l'élaboration de documents, d'outils et supports promotionnels dédiés à chaque profil d'investisseur en rapport avec les prestataires.

Il s'occupe de la mise en place de la stratégie et des actions digitales visant à promouvoir les titres publics et les interventions des Etats sur les marchés.

Il élabore et implémente un plan de caractérisation, segmentation, et d'élargissement de la base des investisseurs. De même, il assure également le suivi-évaluation des actions de promotion

### ACTIVITES PRINCIPALES DU POSTE

---

- Elabore et maintient à jour la base des investisseurs et des prospects du Marché des Titres Publics et en assure la segmentation en collaboration avec l'équipe Sales
- Identifie les opportunités et moyens de communication visant la promotion du marché (campagnes de lancement de produits et des événements à l'endroit des investisseurs)

- Conçoit et élabore des outils et supports d'aide à la promotion du Marché des Titres Publics et à la vente des titres
- Organise et met en œuvre des actions de promotion (événements, Road show, rencontres avec les investisseurs, sponsoring, etc...)
- Assure l'interface avec les agences de communication et autres partenaires dans le cadre des actions de promotion du Marché des Titres Publics
- Identifie et suit les indicateurs de performance des actions de promotion du Marché des Titres Publics
- Procède à la préparation, la coordination et au suivi-évaluation des différentes actions de promotion des titres publics mises en œuvre et à l'ajustement de la stratégie
- Met en place un système de veille sur les innovations en termes de promotion de produits financiers

### **ACTIVITES ANNEXES DU POSTE**

---

- Apporte son appui à l'équipe Sales
- Pourrait être amené à représenter l'AUT dans le cadre d'actions de promotion des titres publics
- Effectue un compte-rendu régulier des activités initiées et leur performance au travers des indicateurs définis
- Propose et implémente un plan d'actions correctives visant l'amélioration de la performance des actions
- S'assure de la totale information des agents de l'AUT sur les actions de promotion du Marché des Titres Publics

### **POSITIONNEMENT**

---

**Est le supérieur hiérarchique / fonctionnel de (+nombre de collaborateurs):**

N'assume pas de responsabilité hiérarchique

**Rapporte hiérarchiquement / fonctionnellement:**

Au Responsable du Département Opérations et Promotion des Titres Publics

### **CHAMP D'AUTONOMIE ET DE RESPONSABILITES**

---

Sous l'autorité hiérarchique du Responsable du Département des Opérations et Promotion des Titres Publics, le titulaire du poste dispose d'une large autonomie en matière de gestion des tâches qui lui seront confiées.

### **PROFIL REQUIS**

---

**Diplômes** : diplôme de niveau **BAC + 5 (au minimum)** en marketing, communication d'une école de commerce ou d'une institution équivalente.

**Expérience professionnelle** : **au moins cinq (5) années** d'expérience pertinente dans une fonction similaire à partir de l'année d'obtention du diplôme.

Une expérience dans le domaine du marché financier et/ou en agence de communication serait un atout.

**Autres critères** : être ressortissant d'un État membre de l'UMOA

## COMPETENCES

Compétences	Description	Niveau attendu (*)			
		A	I	M	E
<b>Savoirs</b>	-Stratégie marketing -Connaissance des marchés financiers régionaux et internationaux -Anglais -Connaissance des différents types de communication : institutionnelle, produit, médias, sponsoring, événementielle, digitale		X	X	
<b>Savoir-faire</b>	-Stratège et créatif -Capacités rédactionnelles en français et en anglais -Bon sens du contact et de l'écoute -Conception et mise en œuvre de plans promotionnels -Connaissance des caractéristiques techniques et de la chaîne de production des supports de promotion (print, vidéo, audio, etc...) --Faire preuve de rigueur et d'organisation (respect des délais, fiabilité...) -Maîtrise du pack Office			X	X
			X		X
		<b>Utile</b>	<b>Indispensable</b>		
<b>Savoir-être</b>	-Esprit d'initiative -Disponibilité et rigueur -Sens de l'éthique et de la responsabilité -Forte capacité de travail -Sens du détail -Sens du travail en équipe -Polyvalence -Curiosité d'esprit, organisation, souplesse et pragmatisme -Disponibilité, réactivité et diplomatie			X	X
				X	X
				X	X
				X	X
				X	X
				X	X
				X	X
				X	X

(\*) Pour les savoirs et les savoir-faire :

- A : Amateur : le titulaire du poste n'est pas obligé de maîtriser le savoir mais d'en avoir des notions générales.
- I : Initié : le titulaire du poste doit avoir déjà été initié à ce savoir par une formation académique ou continue.
- M : Maître : le titulaire du poste doit avoir une maîtrise du savoir lui permettant de le transférer à d'autres personnes.

- E : Expert : le titulaire du poste maîtrise totalement le savoir et est capable de le conceptualiser et de créer d'autres savoirs connexes.

Pour les savoir-être :

- Utile : le titulaire du poste doit développer ces attitudes et comportements pour la réussite de certaines activités ou tâches du poste.
- Indispensable : le titulaire du poste doit impérativement développer ces attitudes

Merci de nous transmettre votre candidature (CV à jour et lettre de motivation) sous la référence : « **Chargé de la promotion** » à l'adresse [recrutement@umoatitres.org](mailto:recrutement@umoatitres.org) au plus tard le **04 décembre 2020 à 15h00**.