

## ALLEGATO A

### JOB DESCRIPTION

RUOLO	<b>Head of Digital Marketing &amp; TV</b>
AREA	Mass Marketing – Marketing & Fundraising
SEDE DI LAVORO	Save the Children Italia
SUPERVISORE	Head of Mass Marketing Division
TIPOLOGIA CONTRATTUALE	Da definire sulla base dell'esperienza
RANGE SALARIALE	Compreso fra € 40.000 - € 45.000
RESPONSABILITÀ DI GESTIONE	Si
RESPONSABILITÀ DI BUDGET	Si
LIVELLO CSP	I

### PRESENTAZIONE DI SAVE THE CHILDREN ITALIA

Noi di Save the Children vogliamo che ogni bambina e ogni bambino abbiano un futuro. Lavoriamo ogni giorno con passione, determinazione e professionalità in Italia e nel resto del mondo per dare alle bambine e ai bambini l'opportunità di nascere e crescere sani, ricevere un'educazione ed essere protetti. Quando scoppia un'emergenza, siamo tra i primi ad arrivare e fra gli ultimi ad andare via. Collaboriamo con realtà territoriali e partner per creare una rete che ci aiuti a soddisfare i bisogni delle e dei minori, garantire i loro diritti e ad ascoltare la loro voce. Miglioriamo concretamente la vita di milioni di bambine e bambini, compresi quelli più difficili da raggiungere.

Save the Children, da oltre 100 anni, lotta per salvare le bambine e i bambini a rischio e garantire loro un futuro.

### I NOSTRI VALORI

**Trasparenza:** Siamo personalmente responsabili nell'utilizzare le nostre risorse in modo efficiente e adottiamo il massimo livello di trasparenza nei confronti dei donatori, dei partner e, più di ogni altro, dei bambini.

**Ambizione:** Siamo esigenti con noi stessi e con i nostri colleghi, stabiliamo obiettivi ambiziosi e ci impegniamo per migliorare la qualità di tutto ciò che facciamo per i bambini. **Collaborazione:** Perseguiamo il rispetto reciproco, valorizziamo le diversità e lavoriamo con i partner unendo le nostre forze a livello globale per migliorare la vita dei bambini. **Creatività:** Siamo aperti a nuove idee, ci adoperiamo per il cambiamento e siamo pronti ad assumerci rischi per sviluppare soluzioni sostenibili per e con i bambini. **Integrità:** Lavoriamo aspirando sempre al massimo livello di onestà morale e comportamentale; non compromettiamo mai la nostra reputazione e agiamo sempre nel superiore interesse dei bambini.

### LA CHILD SAFEGUARDING POLICY

Save the Children vuole essere un'organizzazione sicura per le bambine, i bambini e gli adolescenti.

Tutti coloro che collaborano a qualunque titolo con Save the Children devono essere resi pienamente consapevoli dell'esistenza di rischi di abuso e sfruttamento sessuale a danno delle bambine, dei bambini e degli adolescenti.

Save the Children intende fare tutto quanto sia in suo potere per prevenire, segnalare e rispondere a tali problemi. Il personale di Save the Children, il personale di organizzazioni Partner ed i loro rappresentanti

**Save the Children Italia Onlus**

Piazza di San Francesco di Paola, 9 –  
00184 Roma

Cod. Fis. 97227450158

P.IVA 07354071008

Tel. (+39) 06. 48.07.001

Fax (+39) 06.48.07.00.39

[info.italia@savethechildren.org](mailto:info.italia@savethechildren.org)

[www.savethechildren.it](http://www.savethechildren.it)

Save the Children, da 100 anni, lotta per salvare i bambini a rischio e garantire loro un futuro

dovranno sempre dimostrare i più alti standard di comportamento nei confronti di bambine/i e adolescenti, così come indicati nella presente Policy sulla Tutela di Bambine, Bambini e Adolescenti (di seguito “la Policy”). Tali standard si applicano sia alla vita privata che a quella professionale del personale e di chiunque rappresenti l’organizzazione.

## SCOPO DELLA POSIZIONE

Il/La **Head of Digital Marketing & TV** definisce e sviluppa una strategia di acquisizione online e televisiva innovativa, cost-effective e potenzialmente scalabile, contribuendo attivamente al raggiungimento degli obiettivi di raccolta fondi da individui dell’Organizzazione.

## RESPONSABILITA’

- Organizzare lo sviluppo della promozione dei prodotti di raccolta fondi con un approccio supporter-centric, con particolare riferimento ai canali digitali e all’integrazione con quelli televisivi e offline.
- Identificare opportunità in termini di canali, modalità e potenziale di raccolta fondi con un focus sull’innovazione.
- Gestire lo sviluppo e il test di nuovi canali di digital marketing e ottimizzare quelli esistenti per garantire un miglioramento continuo dei principali KPI.
- Identificare opportunità di espansione in particolare sui canali a performance, attività di lead generation e supporter acquisition.
- Assicurare la corretta definizione e implementazione delle analisi digital rispetto alla promozione dei prodotti di raccolta fondi allo scopo di ottimizzare gli investimenti e il funnel di conversione, garantendo un monitoraggio costante dei KPI e una adeguata reportistica.
- Assicurare l’integrazione delle attività di digital marketing con quelle del mass marketing nonché con le aree social, content e web development in maniera da creare sinergie positive.
- Gestire la strategia digital su tutti i canali di raccolta fondi online con l’obiettivo di raccogliere l’adesione di nuovi supporter, sia in termini di donazione che di lead.
- Collaborare all’implementazione delle attività di conversion improvement legate al funnel di acquisizione.
- Supervisionare la realizzazione e impiego delle creatività digital all’interno della strategia condivisa.
- Sviluppare una strategia di attivazione digitale in caso di emergenza che possa incrementare le opportunità di raccolta fondi da testare e implementare.
- Definire e gestire la strategia di email marketing per l’acquisizione di nuovi supporter.
- Supportare lo sviluppo di nuovi metodi di pagamento, attività di marketing automation e integrazione con altri sistemi (es. CRM).
- Gestire lo sviluppo di partnership digital con aziende o piattaforme allo scopo di testare nuovi canali e opportunità in termini di raccolta fondi online.
- Definire una strategia del canale televisivo sempre più integrata con il digital e volta allo sviluppo di nuove opportunità di raccolta fondi.
- Supervisionare la gestione e lo sviluppo del canale DRTV in un’ottica di continua ottimizzazione e riduzione del CPA.



- Ideare e sviluppare nuovi format TV da testare per sfruttare sempre più il potenziale del canale.
- Monitoraggio costante dell'actual vs budget in termini di costi e donatori acquisiti e di tutti i KPI.
- Gestire e organizzare la valutazione delle campagne implementate, l'analisi dei risultati e la definizione di reportistica che evidenzia eventuali opportunità di test e ottimizzazione
- Coordinare le risorse in maniera da ottimizzare la gestione del lavoro e massimizzare l'efficacia delle attività. Contribuire al contempo alla crescita professionale di ciascun membro del team.

## ESPERIENZE E QUALIFICHE

- Un minimo di 5 anni nella gestione di attività di digital marketing, in contesti di complessità simile, gestendo direttamente persone o coordinandole in termini di PM.
- Conoscenza approfondita dei canali di marketing, in particolare SEM, Programmatic buying, email marketing e possibilità di promozione sulle principali piattaforme Social.
- Buone competenze nell'utilizzo di piattaforme di web analytics (es. Google Analytics) e ad serving (es. Doubleclick, AdForm).
- Conoscenza degli strumenti e dei canali di digital marketing, delle tecnologie e delle soluzioni offerte dai maggiori player.
- Buona conoscenza degli aspetti legati alla web usability e al conversion improvement sui siti web.
- Competenze tecniche necessarie alla gestione di attività marketing online e ottima comprensione e gestione delle soluzioni tecniche legate al tracciamento dei dati. Basi di html.
- Conoscenza del DRTV.
- Comprensione ed interesse per il mondo digital e i suoi trend e della raccolta fondi.
- Ottima conoscenza dell'inglese.

## SOFT SKILLS SPECIFICHE

- Forte leadership, dinamicità e intraprendenza.
- Ottime capacità organizzative, di gestione del tempo, delle priorità e dello stress.
- Ottime capacità di lavorare in autonomia e in team, anche trasversali.
- Spiccate capacità relazionali per sviluppare proficue e durevoli collaborazioni in ambito professionale.
- Ottime capacità di problem solving.
- Condivisione della mission e dei principi di Save the Children.