

TERMINI DI RIFERIMENTO

RUOLO:	Brand Manager
AREA/DIPARTIMENTO:	Divisione di Comunicazione, Campaigning e Volontari
SEDE DI LAVORO:	Save the Children Italia Onlus
REFERENTE:	Head of Communications and Campaigning Unit
RESPONSABILITÀ DI GESTIONE:	<i>Sì</i>
RESPONSABILITÀ DI BUDGET:	<i>No</i>
TIPOLOGIA DI CONTRATTO	Temporary – III livello
DURATA	1 anno
SALARIO DI RIFERIMENTO	30.00-32.000 RAL

PRESENTAZIONE DI SAVE THE CHILDREN ITALIA

Save the Children è la più grande organizzazione internazionale indipendente che lavora per migliorare concretamente la vita dei bambini in Italia e nel mondo.

LA NOSTRA VISIONE Un mondo in cui ad ogni bambino sia garantito il diritto alla sopravvivenza, alla protezione, allo sviluppo e alla partecipazione.

LA NOSTRA MISSIONE Promuovere miglioramenti significativi nel modo in cui il mondo si rivolge ai bambini e ottenere cambiamenti immediati e duraturi nelle loro vite.

Save the Children Italia è stata fondata nel 1998 ed è oggi un importante membro di Save the Children International.

I NOSTRI VALORI:

TRASPARENZA: siamo personalmente responsabili nell'utilizzare le nostre risorse in modo efficiente, lavoriamo per ottenere risultati misurabili e tangibili, e adottiamo il massimo livello di trasparenza di fronte a donatori, partner e, più di ogni altro, bambini.

AMBIZIONE: siamo esigenti con noi stessi e 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 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.

Save the Children dal 1919 lotta per i diritti dei bambini e per migliorare le loro condizioni di vita in tutto il mondo.

Save the Children sviluppa progetti che consentono miglioramenti sostenibili e di lungo periodo a beneficio dei bambini, lavorando a stretto contatto con le comunità locali; porta aiuti immediati, assistenza e sostegno alle famiglie e ai bambini in situazioni di emergenza, createsi a causa di calamità naturali o di guerre.

LA CHILD SAFEGUARDING:

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 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 FUNZIONE

- Il Brand Manager lavora come "**guardian**" del nostro brand all'interno dell'Organizzazione e idea e sviluppa strategie di incremento della riconoscibilità del brand per Save the Children Italia.
- Nel dettaglio, si occuperà di incrementare la **brand awareness** e la reputazione di Save the Children e di tematiche e progetti identificati attraverso **l'attività di comunicazione dell'Organizzazione**; incrementare la **riconoscibilità e familiarità del brand**, in riferimento ai valori che contraddistinguono l'Organizzazione.
- Si occuperà di rafforzare **l'allineamento del brand** tra i diversi dipartimenti di Save the Children per progetti che hanno una forte visibilità esterna, sia lato media che lato creativo e grafico.

COMPITI E RESPONSABILITÀ:

- **Sviluppo implementazione delle principali campagne di brand dell'Organizzazione**, attraverso il coordinamento con gli altri Dipartimenti, attraverso l'ideazione e lo sviluppo di nuovi video e materiali che possano comunicare i valori di brand.
- Supervisione e supporto **sullo sviluppo della strategia media dei progetti dell'Organizzazione** e coordinamento con la pianificazione media drtv.
- In condivisione con Head of unit, **analisi del mercato media periodica** con insight utili alla strategia futura dell'organizzazione, con presentazioni periodiche ai diversi dipartimenti strategicamente più coinvolti lato promozione.
- Realizzazione **nuove partnership media advertising** e sviluppo **progetti speciali** per garantire maggiore visibilità ai prodotti/campagne dell'Organizzazione, in raccordo con Ufficio Stampa.
- **Supporto** nell'ideazione e sviluppo dei **progetti corporate** lato comunicazione nel caso in cui vi sia una partnership aziendale che prevede anche visibilità esterna attraverso la realizzazione di una campagna pubblicitaria o di un video di brand.
- Supervisione **dell'implementazione grafica del nuovo brand** relativamente allo sviluppo dei materiali grafici dell'Organizzazione al fine di garantire la massima coerenza e allineamento tra i diversi progetti, in coordinamento con il Senior Communication Officer e Officer Assistant.
- **Supportare** l'Head of Communications and Campaigning Unit nello sviluppo, nella definizione e nell'implementazione della strategia di comunicazione e dei documenti ad essa connessi;
- **Fare da raccordo tra le diverse unità** dell'Organizzazione per l'elaborazione di campagne integrate di comunicazione, assicurando sempre un allineamento tra contenuti, target ed iniziative, al fine di ottenere

il miglior risultato possibile di visibilità e coinvolgimento per l'Organizzazione, compatibilmente con il budget di volta in volta a disposizione.

- Sviluppo dei **processi di valutazione, analisi e reportistica**
- Gestione dei **rapporti con i fornitori** dell'Organizzazione relativi alle aree di responsabilità;
- **Gestione di eventi** promossi da terzi in favore dell'Organizzazione in termini di brand
- **Coordinamento con il gruppo internazionale**

STUDI E CONOSCENZE LINGUISTICHE/INFORMATICHE

- Preferibile laurea in marketing/comunicazione
- Ottima conoscenza della lingua inglese e preferibilmente di un'altra lingua
- Ottima conoscenza del pacchetto office

COMPETENZE PERSONALI – CARATTERISTICHE ESSENZIALI:

- Esperienza di almeno 5 anni nella comunicazione di un'altra organizzazione no profit o azienda. Preferibile esperienza di 2-3 anni nella gestione di staff.
- Elevata capacità di lavorare per priorità nel rispetto delle deadline e ottima capacità di pianificazione del lavoro. Eccellente pensiero strategico e abilità nella valutazione e monitoraggio dei risultati
- Eccellente capacità di lavorare relazionandosi con aree differenti e con grande spirito collaborativo. Spiccate capacità di adattamento, saper lavorare in team, flessibilità.
- Capacità creative ed esperienza nello sviluppo di campagne pubblicitarie, sia di comunicazione che di marketing.
- Una forte esperienza maturata più in generale nello sviluppo del brand o in attività di marketing e comunicazione.
- Comprensione eccellente dei principi e best-practise nella comunicazione di brand e nelle nuove tecnologie.
- Curiosità verso i nuovi trend di mercato, nuove tecnologie e strumenti, passione per il mondo della comunicazione, le sue tecniche e la sua evoluzione.
- Condivisione della mission e dei principi di Save the Children;
- Dinamicità e propositività, capace di lavorare in autonomia;
- Abilità comprovata di saper lavorare in un'organizzazione ampia e complessa, sapendo individuare la modalità migliore per confrontarsi con gli altri dipartimenti e collaborare anche a livello internazionale con i colleghi delle altre sedi Save the Children nel mondo.
- Disponibilità a spostarsi su territorio nazionale e internazionale.
- Conoscenze tecniche e generale utilizzo di strumenti tradizionali e digitali per lo sviluppo di campagne di comunicazione