

TERMINI DI RIFERIMENTO

RUOLO:	Head of Communications and Campaigning Unit
AREA/DIPARTIMENTO:	Communications and Campaigning Unit - Marketing e Communications Division
SEDE DI LAVORO:	Save the Children Italia Onlus - Roma
REFERENTE:	Head of Communications, Campaigning & Volunteers Division
RESPONSABILITÀ DI GESTIONE:	Si
RESPONSABILITÀ DI BUDGET:	No
LIVELLO CSP	1

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 è la più importante organizzazione internazionale indipendente dedicata dal 1919 a salvare i bambini in pericolo e a promuovere i loro diritti, subito e ovunque, con coraggio, passione, efficacia e competenza.

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 Policy sulla Tutela di Bambine, Bambini e Adolescenti. Tali standard si applicano sia alla vita privata che a quella professionale del personale e di chiunque rappresenti l'organizzazione.

CONTESTO LAVORATIVO

Generale

Save the Children Italia ha mostrato una crescita molto rapida negli anni e ha guadagnato una posizione significativa nel mercato di riferimento. In particolare, la crescita della visibilità è legata anche alla promozione delle campagne dell'Organizzazione sia nazionali che internazionali. Ciò ha reso necessaria la ricerca di una figura che sappia coordinare questo settore e quello relativo alla promozione, in termini di comunicazione, di alcuni rilevanti prodotti di raccolta fondi.

Unità Communications and Campaigning

L'Unità Communications and Campaigning si trova all'interno dell'area Marketing e Comunicazione, in particolare nella divisione Communications, Campaigning and Volunteers e si compone delle seguenti attività: campaigning, sviluppo progetti di comunicazione e visibilità per i prodotti di raccolta fondi e pianificazione media, produzione delle pubblicazioni e dei materiali cartacei, foto e video. Il team è composto da circa 4-5 persone (il numero è variabile perché in alcuni periodi dell'anno il team è rafforzato da collaboratori a termine). Considerato che l'Organizzazione si appresta ad entrare nel processo di definizione della prossima strategia quinquennale, quest'area è ritenuta particolarmente strategica per l'importanza sempre crescente che sta assumendo il settore del campaigning in Italia.

Il campaigning per Save the Children è un processo di sensibilizzazione, coinvolgimento e mobilitazione del pubblico di riferimento su una determinata tematica legata all'infanzia allo scopo di promuovere dei cambiamenti a livello sociale, culturale, politico o giuridico. Può prevedere una serie di azioni di advocacy, mobilitazione popolare, creazione di partnership, comunicazione e raccolta fondi.

Il campaigning può prevedere quindi il coinvolgimento di varie funzioni trasversali all'Organizzazione (Programmi, Advocacy, Comunicazione, Raccolta fondi, Digital, Mobilitazione, ecc.). Il "motore" del campaigning rimane tuttavia la Divisione Communications, Campaigning e Volunteers.

La promozione dei prodotti di raccolta fondi. I prodotti di raccolta fondi afferiscono alla Divisione Individual Donors, ma la Divisione Comunicazione, Campaigning and Volunteers, e in particolare l'Area a cui fa riferimento questa funzione, gioca un ruolo essenziale per la loro promozione. La strategia di promozione dei prodotti in termini di comunicazione e la sua implementazione, l'ideazione di concept creativi e lo sviluppo dei prodotti pubblicitari (visual, annunci, spot, ecc.), oltreché la loro pianificazione media, vengono effettuati in collaborazione tra la Divisione Comunicazione e i vari responsabili dei Prodotti di raccolta fondi. Elemento cruciale in questo lavoro è la capacità di mettere insieme le esigenze relative alla consistenza e alla coerenza del brand con gli obiettivi di raccolta fondi.

La produzione delle pubblicazioni e dei materiali cartacei, foto e video. Contribuire a garantire una comunicazione dell'Organizzazione omogenea, coerente ed efficace attraverso la produzione di pubblicazioni e materiali di comunicazione istituzionali, a supporto di programmi, iniziative di advocacy, raccolta fondi, comunicazione e campaigning, e gestire l'archiviazione e la produzione dei materiali fotografici e video è il compito di questa specifica area della Comunicazione.

SCOPO DELLA FUNZIONE:

- Gestire il team di 4-5 persone relative al campaigning, alla promozione dei prodotti di raccolta fondi e alla pianificazione media, e alla produzione delle pubblicazioni e dei materiali.
- Contribuire ad incrementare la brand awareness e la reputazione di Save the Children e di tematiche identificate attraverso il coordinamento e l'implementazione del Campaigning dell'Organizzazione, e di tutte le attività ad esso connesse.
- Contribuire agli obiettivi di sensibilizzazione e di pressione sulle istituzioni attraverso il campaigning
- Contribuire al raggiungimento degli obiettivi di raccolta fondi di ciascun prodotto di raccolta fondi, e contribuire ad incrementare la brand awareness e la reputazione di Save the Children attraverso la promozione efficace dei prodotti di raccolta fondi.
- Contribuire ad incrementare la visibilità dell'Organizzazione attraverso una pianificazione efficace degli spazi media a supporto delle campagne pubblicitarie
- Contribuire a generare un clima favorevole per la raccolta fondi attraverso la promozione dei prodotti di raccolta fondi e delle iniziative di campaigning
- Contribuire a garantire una comunicazione dell'Organizzazione omogenea, coerente ed efficace attraverso la produzione di pubblicazioni e materiali di comunicazione istituzionali, a supporto di programmi, iniziative di advocacy, raccolta fondi, comunicazione e campaigning

COMPITI E RESPONSABILITÀ:

- Guidare e gestire il team con l'obiettivo di raggiungere gli obiettivi e i risultati prefissati
- Assicurare la crescita del team dell'area e garantire la partecipazione di ogni membro del team alla strategia, nonché al raggiungimento degli obiettivi e dei risultati
- Far parte dell'area Marketing e Comunicazione ed essere in grado di portare avanti il proprio lavoro, in coordinamento con tutte le Unità della Divisione Comunicazione, Campaigning and Volunteers, nonché con le altre Divisioni/Dipartimenti
- Definire la strategia e il piano relativo al Campaigning dell'organizzazione
- Coordinare e implementare il Campaigning dell'Organizzazione, e di tutte le attività ad esso connesse (sviluppo creativo, attività di mobilitazione popolare, materiali advertising, gestione eventi, etc)
- Gestire e coordinare il rapporto con le agenzie creative a supporto delle iniziative di campaigning
- Incrementare la conoscenza delle questioni che riguardano i bambini attraverso attività di comunicazione e campaigning
- Coordinare il lavoro trasversale interno all'organizzazione relativo al campaigning e alla promozione dei prodotti di raccolta fondi
- Supportare l'Organizzazione nell'influenzare l'opinione pubblica e i decision maker attraverso le attività di campaigning
- Supportare nel raggiungimento degli obiettivi di raccolta fondi e lead generation attraverso le attività di campaigning
- Supportare nella definizione di un ciclo di comunicazione per le persone che entrano a far parte dell'Organizzazione come campaigners
- Coordinare la strategia e il piano di promozione dei prodotti di raccolta fondi
- Coordinare il rapporto con le agenzie creative a supporto della promozione dei prodotti di raccolta fondi
- Coordinare la pianificazione degli spazi media a supporto delle campagne pubblicitarie
- Assicurare la gestione corretta delle proprie risorse
- Gestire i rapporti con i fornitori, concessionarie e agenzie creative relative alle aree di responsabilità

COMPETENZE PERSONALI – CARATTERISTICHE ESSENZIALI

- Almeno 5 anni di esperienza nella comunicazione
- Almeno 3 anni di esperienza nella gestione dello staff
- Capacità di lavorare individuando le priorità nel rispetto delle scadenze, mantenendo attenzione alla qualità
- Eccellenti capacità a relazionarsi con le persone e a lavorare con spirito di collaborazione

- Eccellenti capacità creative, ed esperienza nello sviluppo di campagne pubblicitarie, sia di comunicazione che di raccolta fondi
- Ottime doti di pianificazione del lavoro
- Eccellenti capacità di gestione delle risorse Spiccata autonomia e capacità di problem solving
- Condivisione della missione e dei principi di Save the Children
- Una persona dinamica e propositiva, capace di lavorare in autonomia
- Disponibilità a spostarsi sia su territorio nazionale che fuori dall'Italia per missioni legate all'attività di ufficio stampa o per formazione professionale
- Spiccate capacità relazionali per coltivare la relazione con i differenti stakeholder
- Spiccate capacità comunicative
- Comprensione del mondo dei media e delle sue attuali tendenze
- Ottime capacità organizzative e abilità a lavorare con deadline molto strette
- Capacità di dare priorità alle attività
- Italiano e inglese, scritto e parlato, fluente
- Attitudine proattiva e capacità di lavorare sotto pressione
- Capacità di coordinamento delle risorse e di gestione delle priorità