

TERMINI DI RIFERIMENTO

RUOLO:	Marketing Analysis and Database Development Coordinator
AREA/DIPARTIMENTO:	Individual Donors/Marketing and Communications
SEDE DI LAVORO:	Save the Children Italia Onlus, Roma
REFERENTE:	<i>Database and Marketing Analyst Head of Unit</i>
RESPONSABILITÀ DI GESTIONE:	<i>Si</i>
RETRIBUZIONE DI RIFERIMENTO	<i>29.000,00-32.000,00 Retribuzione Annuale Lorda</i>

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.

SCOPO DELLA FUNZIONE:

Lo scopo chiave di questo ruolo è di coordinare le attività di analisi della raccolta fondi e di sviluppare e integrare i sistemi informatici dell'area Marketing e Comunicazione per ottimizzare i processi di raccolta e di analisi dei dati in stretta collaborazione con tutte le aree rilevanti dell'organizzazione

In particolare, svolgerà un ruolo decisivo nel supportare l'organizzazione a definire ed implementare un nuovo modello di lavoro che permetta di mappare ed analizzare in modo olistico il percorso del sostenitore. Ciò avrà un impatto significativo sia sulle tradizionali attività di marketing, ma permetterà anche di supportare attività di raccolta fondi e campaigning innovative e allineate ai nuovi trends.

COMPITI E RESPONSABILITÀ:

Il candidato ideale dovrà essere in grado di portare avanti lo sviluppo delle analisi di tutte le attività di marketing, valutando i sistemi informatici utilizzati dall'organizzazione e coordinandosi con tutti i dipartimenti dell'area Marketing e Comunicazione

- Essere centrale nel processo di analisi delle campagne di raccolta fondi ed assicurarsi che i test siano svolti correttamente, tracciati in maniera adeguata, valutati con il corretto grado di rigore e che le conoscenze vengano implementate in campagne future.
- Condurre analisi per consegnare un lavoro finale di alto livello, controllare i dati per individuare gli errori. Collaborare con i team di raccolta fondi e condurre analisi adeguate.
- Coordinare i progetti di ottimizzazione dei processi di raccolta dati e di analisi degli stessi lavorando direttamente con l'esterno e le aree interne, ed in particolare con il dipartimento IT, l'unità digital, le funzioni di marketing, campaigning e fundraising e il database.
- Sviluppare adeguate soluzioni tecniche e di marketing per assicurare che le soluzioni di analisi interna, le piattaforme funzionali al marketing ed i prodotti siano adeguati ai requisiti attuali e futuri.
- Supportare nell'identificazione e nello sviluppo di nuovi KSF (Key Success Factors) e KPI (Key Performance Indicators) che possano influenzare l'attività di raccolta fondi e per identificare le aree di rischio.
- Essere di supporto nel coordinamento all'interno dell'unità dei processi di integrazione, la gestione dei tracciamenti delle attività di fundraising sui vari canali e la gestione dei dati tra le diverse aree di raccolta fondi, in particolare con l'unità digital.
- Svolgere un ruolo centrale, attraverso la funzione di analisi trasversale, alla pianificazione pluriennale e al monitoraggio costante delle attività pianificate nella strategia quinquennale

- Valutare la piattaforma e i processi di Business Intelligence esterna e coordinarne l'aggiornamento, l'integrazione o la sostituzione per garantire analisi maggiormente aggiornate e condivise.
- Coordinare e sviluppare un team capace di governare tutte le analisi indispensabili per una buona e proficua raccolta fondi.
- Lavorare in modo trasversale all'interno dell'intera organizzazione.

STUDI E CONOSCENZE LINGUISTICHE/INFORMATICHE:

- Preferibile laurea magistrale in scienza e tecnologia dell'informazione, statistica, matematica, o ingegneria.
- Ottima conoscenza e capacità nell'utilizzo del pacchetto Microsoft Office.
- Ottima conoscenza di Microsoft Excel, Microsoft Access o altri tool (es. Kettle) che consentano attività di supporto all'analisi e all'ETL (Extraction, Transformation and Loading) dei dati.
- Buona conoscenza della lingua inglese.

COMPETENZE ED ESPERIENZA:

- Minimo quattro anni di esperienza nell'ambito della gestione e ottimizzazione dei sistemi informatici e del coordinamento delle analisi, preferibilmente in area marketing.
- Buona conoscenza dei principi di marketing e dei canali raccolta fondi, sia in ambito offline (Direct Mailing, TV, Radio, ecc..) che online (es. digital marketing, social media marketing).
- Ottima conoscenza teorica e pratica dei Database Management System e del linguaggio SQL, con particolare riferimento alle attività di interrogazione, estrazione e analisi dei dati e ai modelli di Business Intelligence e Data mining.
- Abilità nell'analizzare dati complessi, strutturati e non (come campagne di raccolta fondi) e presentare i risultati in forma sia scritta che verbale.
- Conoscenza base di Google Analytics e degli strumenti di analisi in ambito web.
- Buona capacità nel lavorare in team.
- Proattività e disponibilità, capacità di lavorare in autonomia nel rispetto della tempistica e delle priorità.
- Flessibilità e capacità di problem solving sono indispensabili.

- Condivisione della mission e dei principi di Save the Children.