

JOB DESCRIPTION

POSIZIONE	Digital Marketing Specialist
AREA ORGANIZZATIVA	Mass Marketing / Digital Marketing & TV
SEDE DI LAVORO	Save the Children Italia Onlus (Roma)
SUPERVISORE	Digital Marketing & TV Leader
TIPOLOGIA DI CONTRATTO	Contratto a tempo determinato
RESPONSABILITÀ DI GESTIONE	No
RESPONSABILITÀ DI BUDGET	No
RANGE SALARIALE	da € 30.000 a 35.000
LIVELLO CSP	I

PRESENTAZIONE DI SAVE THE CHILDREN ITALIA

Noi di Save the Children crediamo che ogni bambina e ogni bambino meritino un futuro. In Italia e nel resto del mondo lavoriamo ogni giorno per dare ai bambini ciò che ognuno di loro merita: l'opportunità di nascere e crescere sani, di ricevere un'educazione e di 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 a milioni di bambine e bambini, compresi quelli più difficili da raggiungere. Save the Children dal 1919 lotta per salvare la vita delle bambine e dei bambini e garantire loro un futuro.

I NOSTRI VALORI IN PRATICA

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 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.

LA POSIZIONE

All'interno del team di Digital Marketing & TV, il/la **Digital Marketing Specialist** contribuisce alla crescita dell'acquisizione di nuovi donatori per Save the Children in Italia, partecipando alla definizione e implementazione della strategia di marketing digitale.

Nello specifico:

- Aiuta a definire e a implementare la strategia e le attività di acquisizione sui canali digitali, progettando, realizzando e monitorando l'andamento di campagne paid di acquisizione diretta e lead generation, con ambiti di ownership specifici sui prodotti e sui canali di raccolta fondi.
- Conosce le logiche di funzionamento dei diversi canali di digital marketing e delle principali piattaforme di advertising digitale (Google Ads, Facebook Manager, LinkedIn Ads) e le gestisce operativamente (o ne supervisiona la gestione) per raggiungere gli obiettivi di acquisizione definiti a livello di budget.
- E' responsabile del monitoraggio degli andamenti delle attività di acquisizione digitale di propria competenza e realizza a tale scopo reportistiche automatizzate condividendo insight utili alla ottimizzazione delle campagne.
- Partecipa a o guida progetti inter-dipartimentali per il raggiungimento degli obiettivi strategici dell'Organizzazione.
- Contribuisce a gestire la produzione dei contenuti utili alle attività di promozione digitale, individuando tra quelli disponibili i materiali con maggiore potenziale dal punto di vista della raccolta fondi e testando con approccio sistematico nuovi formati e narrative.
- Lavora con agenzie e fornitori esterni in assegnazione diretta o attraverso gare per la gestione dei canali, delle piattaforme e per lo sviluppo di nuove creatività.
- Contribuisce a definire e implementare una strategia integrata tra canali digitali e TV per migliorare i risultati complessivi dell'acquisizione.

PRINCIPALI ATTIVITA'

- Gestire campagne di digital marketing paid sia push che pull – tra cui SEM, programmatic buying, native, SMM – per acquisire nuovi donatori singoli e regolari.
- Definire e implementare la strategia di email marketing per l'acquisizione di nuovi donatori, gestendo la relazione con i fornitori, progettando e realizzando copy e template delle DEM e monitorando i risultati di campagna in funzione dei CPA definiti.
- Contribuire allo sviluppo di partnership digitali per individuare nuovi canali da testare e più in generale opportunità di espansione delle attività di acquisizione digitale di nuovi donatori.
- Valutare e monitorare l'efficacia delle azioni implementate, predisponendo la reportistica - su DataStudio e su altre piattaforme – necessaria ad analizzare i risultati ottenuti.
- Contribuire alla definizione e implementazione della strategia di CRO per l'ottimizzazione delle landing page di lead generation e acquisizione diretta, collaborando con il team e con l'area Tech.
- Contribuire alla produzione dei contenuti necessari all'esecuzione delle campagne ads, collaborando con il team, con l'area Content e, ove necessario, gestendo la relazione con fornitori esterni.
- Istruire e gestire agenzie esterne e fornitori.

ESPERIENZE E QUALIFICHE

- Laurea, preferibilmente in Marketing e Comunicazione.
- Buona conoscenza della lingua inglese scritta e parlata (B2).
- Almeno 3 anni di esperienza in attività di digital marketing. Costituiscono titolo preferenziale eventuali esperienze precedenti nel Terzo Settore, in modo particolare nell'ambito della raccolta fondi.
- Buona comprensione e conoscenza dei principi e delle best practice della raccolta fondi.
- Solida conoscenza delle principali piattaforme di advertising e comprovata esperienza nella gestione operativa di campagne a performance in ambito SEM, programmatic buying, SMM, native adv, display advertising e DEM.
- Solida conoscenza e esperienza nell'analisi dei dati attraverso piattaforme come Google Analytics, Google DataStudio, Microsoft PowerBi.
- Conoscenza di base dell'HTML. Costituisce titolo preferenziale la padronanza di software di editing di immagini e video come Adobe Photoshop e Adobe Premier.
- Conoscenza ed interesse per i trend e le tecnologie digitali e per le best practice in ambito di analisi dei dati e online marketing.



SOFT SKILL SPECIFICHE

- Abilità a lavorare sia in autonomia che in team, con definizione delle priorità e rispetto delle deadline.
- Flessibilità nell'adattare la propria pianificazione del lavoro in funzione di sviluppi e opportunità del contesto esterno.
- Solida esperienza di project management e capacità di lavorare in contesti complessi, dovendo interagire con stakeholder interni ed esterni, nel rispetto di deadline precise.
- Ottima capacità di problem solving.
- Capacità di sviluppare relazioni professionali costruttive e di valore.

ALTRO

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

