

JOB DESCRIPTION

INCARICO	CRM Systems Head of Unit
AREA/DIPARTIMENTO	Direzione Marketing & Fundraising – Dipartimento Marketing Intelligence / Unità CRM
SEDE DI LAVORO	Save the Children Italia Onlus (Roma)
REFERENTE	Marketing Intelligence Head of Department
TIPOLOGIA CONTRATTUALE	Tempo Determinato 12 mesi
RANGE SALARIALE	da definire in base all'esperienza
LIVELLO CSP	1

PRESENTAZIONE DI SAVE THE CHILDREN ITALIA

Noi di Save the Children crediamo che ogni bambino meriti 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, e i bambini sono i più vulnerabili, siamo tra i primi ad arrivare e fra gli ultimi ad andare via. Ci assicuriamo che i loro bisogni vengano soddisfatti e la loro voce ascoltata. Miglioriamo concretamente la vita a milioni di bambini, compresi quelli più difficili da raggiungere. Save the Children dal 1919 lotta per salvare la vita dei bambini e garantire loro un futuro, a ogni costo.

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.

POSIZIONE

SC Italia è un'organizzazione che si auto-finanzia. L'82% dei fondi raccolti nel 2017 derivano da donazioni di singoli individui, aziende e fondazioni. La crescita straordinaria della raccolta fondi da privati avvenuta negli ultimi anni e la strategia 2019-21 focalizzata su ottimizzazione e fidelizzazione hanno reso necessaria la ristrutturazione della direzione marketing e fundraising con la creazione di una unità ad hoc che si occupasse nello specifico del CRM e dei sistemi di raccolta fondi e campaigning.

La posizione è inserita all'interno del Dipartimento di Marketing Intelligence e guida il team nel raggiungimento dell'obiettivo di proseguire nella implementazione e gestione ottimale del nuovo sistema.

PRINCIPALI ATTIVITA'

- Gestire il CRM garantendo l'accuratezza e la solidità dei dati. Apportare innovazioni tecnologiche che permettano l'ottimizzazione nei flussi di lavoro e una gestione fluida e più semplificata con grande attenzione anche ai flussi digital.
- Aiutare l'organizzazione ad aumentare il valore dei sostenitori, massimizzando il ritorno sull'investimento sia nelle attività di acquisizione che in quelle di sviluppo dei donatori privati, dotandola di sistemi adeguati a gestioni complesse e variabili nel tempo.
- Sviluppare ed implementare un sistema basato sulla gestione del sostenitore a 360°, contemplando le varie attività dalla donazione, al coinvolgimento in eventi, alla firma della petizione, etc. (Campaign management).
- Gestire in maniera efficace la relazione col system integrator, assicurandone il rispetto dei tempi di lavorazione e la qualità del delivery.
- Monitorare i costi essendo responsabile di un proprio budget e gli altri parametri utili a verificare il successo delle attività.
- Coordinarsi con i colleghi di altre unità e dipartimenti per assicurare che siano soddisfatte le aspettative dei vari stakeholders interni.
- Comprendere, mappare e contribuire a migliorare i processi di supporto e di gestione del donatore, adottando una adeguata metodologia di progetto.
- Garantire lo svolgimento della formazione continua degli utenti del Sistema e mantenerne i profili autorizzativi.
- Supervisionare le attività operative della struttura funzionali alla raccolta fondi e al donor care, rispettandone le scadenze e garantendo la qualità dei risultati.

Tecnici

- Gestire e pianificare il progetto CRM, assicurandone il monitoraggio continuo dell'avanzamento rispetto alle scadenze, suggerendo eventuali necessarie azioni correttive;
- Assistere la Direzione Marketing e il Dipartimento Digital nell'analisi e valutazione dei processi di business per gestire al meglio la mappatura evolutiva dei requisiti utente, anche attraverso seminari e la compilazione dei business case;



- Effettuare la gap-analysis tra requisiti e soluzione da realizzare, in logica di un miglioramento continuo;
- Completare la configurazione/disegno dei moduli della soluzione di CRM basata su Microsoft Dynamics 365, curandone le interfacce verso i prodotti di terze parti.
- Sviluppare e mantenere la documentazione di progetto, i documenti di requisiti funzionali, i test di accettazione, e la documentazione di formazione per gli utenti.
- Supportare il coordinamento dei task relativi al test delle funzionalità, test delle soluzioni, e test di accettazione del cliente interno.

STUDI E CONOSCENZE LINGUISTICHE/INFORMATICHE

- Laurea in Ingegneria, Economia, Computer Science o disciplina equivalente
- Conoscenza delle metodologie di mappatura e ridisegno dei processi (BPR)
- **5+ o più anni di esperienza di implementazione Microsoft Dynamics 365**
- Buona conoscenza di almeno uno dei sistemi di Campaign Management (Adobe, Oracle, Salesforce)

ESPERIENZE E QUALIFICHE:

- 5+ anni di esperienza nell'analisi di processo e BPR
- 3+ o più anni di esperienza in fundraising (preferibile), industria o consulenza
- Sviluppata conoscenza del life-cycle di implementazione del software, di project management, di business process management, di analisi dei requisiti, data modeling, disegno funzionale, gestione della qualità e change management
- Preferibile esperienza nella raccolta fondi
- Preferibile esperienza di PowerBi e Business Intelligence
- Ottima conoscenza del pacchetto Office (Word, Excel, Powerpoint)

SOFT SKILLS SPECIFICHE

- Matura inclinazione alla Leadership
- Forti capacità organizzative: abilità a gestire un carico di lavoro complesso, a stabilire priorità e a rispettare le scadenze.
- Forti capacità interpersonali ed efficace comunicatore, inclinazione all'approccio collaborativo
- Spiccate doti di analisi e problem solving
- Lavora in maniera strutturata ed è naturalmente incline alla gestione dei tempi di progetto
- Eccellenti capacità di comunicazione
- Ottima conoscenza scritta e verbale dell'italiano e dell'inglese.
- Capacità di lavorare su propria iniziativa, in maniera proattiva, sviluppando piani, fissando obiettivi, e lavorando per raggiungere i risultati.
- Alto livello di energia con un desiderio di sviluppare ed eseguire una varietà di attività che vadano dall'operatività quotidiana al pensiero strategico.
- Abilità nel guidare, supportare e far crescere un team.
- Flessibilità e spirito di collaborazione.
- Forti competenze IT, analitiche ed organizzative.



- Lavorare con spirito di collaborazione come membro della Direzione Marketing e Fundraising di Save the Children Italia al fine di garantire il corretto funzionamento dell'ufficio.
- Ottima gestione del tempo, con forte inclinazione al multitasking ma sempre mantenendo i livelli di qualità attesi nel lavoro sviluppato.
- Lavora bene sotto pressione e nella gestione di scadenze ravvicinate.
- Condivisione della mission e dei principi di Save the Children.