JOB DESCRIPTION

RUOLO	Head of Social Media & Content Unit
AREA/DIPARTIMENTO	Digital Media Department
SEDE DI LAVORO	Save the Children Italia Onlus (Roma)
REFERENTE	Head of Digital Media Department
RESPONSABILITÀ DI GESTIONE	Si
RESPONSABILITÀ DI BUDGET	Si
TIPOLOGIA CONTRATTUALE	Tempo determinato 12 mesi
RANGE SALARIALE	Compreso tra € 33.000 – 38.000
LIVELLO CSP	1,2,3

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.

SCOPO DELLA POSIZIONE

- Massimizzare la brand awareness online di Save the Children, definendo la strategia editoriale e promozionale su social media e sito istituzionale e coordinando il social listening e la moderazione delle conversazioni al fine di monitorare e migliorare la brand reputation dell'Organizzazione;
- Supportare le attività di campaigning tramite lo sviluppo di iniziative online, veicolate in particolare attraverso i social media, al fine di favorire la sensibilizzazione, il coinvolgimento e l'acquisizione dei supporter;
- Analizzare le performance delle attività di pubblicazione online, su social media e sito istituzionale, per individuare opportunità di ottimizzazione della comunicazione online, sia al livello tattico che strategico;
- Gestire un team di 4 risorse, garantendo il raggiungimento degli obiettivi generali e il suo sviluppo professionale.

COMPITI E ATTIVITA'

- Contribuire a incrementare la brand awareness di Save the Children attraverso una strategia di social & content marketing che sia in linea con gli obiettivi di comunicazione generali e sia capace di generare interesse e coinvolgimento tra i supporter;
- Monitorare la reputazione online dell'Organizzazione, favorire le interazioni e coordinare la moderazione dei commenti al fine di curarla e migliorarla;
- Collaborare in maniera costante e sinergica con l'area Comunicazione e in particolare con l'Ufficio Stampa e il Campaigning per poter integrare i messaggi di comunicazione in maniera coerente, sfruttando al tempo stesso le peculiarità tipiche del canale e dei target social;
- Contribuire agli obiettivi di campaigning ideando piani di promozione e progetti creativi che siano in grado di supportare efficacemente i focus tematici di campagna e di raggiungere gli obiettivi di coinvolgimento e acquisizione dei supporter;
- Massimizzare l'efficacia, la raggiungibilità e la fruibilità dei contenuti online, progettando una UX efficace e consistente, sia in ambito social che al livello di sito web istituzionale;
- Identificare proattivamente buone prassi di lavoro integrato per migliorare la collaborazione e la fluidità del workflow di pubblicazione, con tutti gli stakholder produttori di contenuto;
- Supportare la promozione online dei prodotti di raccolta fondi e delle campagne attraverso lo sviluppo di una content strategy efficace che preveda l'integrazione di owned, paid ed earned media (digital pr);
- Analizzare le attività di social & content marketing al fine di monitorare e incrementare le performance, individuando nuove opportunità di sviluppo sul piano strategico, tattico e operativo;
- Gestire le agenzie di consulenza e i fornitori che offrono servizi e piattaforme funzionali alle attività e agli obiettivi di social & content marketing;
- Collaborare con l'area dei programmi nazionali e internazionali al fine di comunicare i progetti e le attività sul field, formando al tempo stesso lo staff coinvolto in attività di comunicazione digitale (social/CMS);

- Gestire il proprio team al fine di garantire il raggiungimento degli obiettivi di area e di assicurarne al tempo stesso lo sviluppo professionale.

ESPERIENZE E QUALIFICHE

- Conoscenza approfondita delle dinamiche social, dei principali social media e delle relative piattaforme tecnologiche di analisi (es. Facebook, Twitter, Instagram, ecc..);
- Conoscenza approfondita delle logiche di content marketing e dei principali approcci e canali;
- Ottime capacità di scrittura e conoscenza approfondita degli aspetti relativi alla web usability e al web writing;
- Solide competenze nell'utilizzo di piattaforme di web analytics di terze parti (es. Engagor, Fanpage Karma, Google Analytics);
- Conoscenza approfondita di tool e piattaforme di supporto alla creazione e editing dei contenuti, con particolare riferimento alla produzione di contenuti e progetti orientati allo storytelling;
- Solide competenze nell'utilizzo dei principali software Microsoft (Word, Excel, Outlook) e di software di editing fotografico (Photoshop);
- Proattività nell'aggiornamento professionale rispetto al mondo della comunicazione digitale e i suoi trend.

SOFT SKILLS SPECIFICHE

- Ottime capacità organizzative. Abilità a lavorare su progetti multipli, con scadenze ravvicinate;
- Ottime capacità creative;
- Ottime capacità di comunicazione sia scritta che orale;
- Capacità di definire le priorità e di adattarsi ad un ambiente che si evolve;
- Capacità di gestione risorse;
- Autonomia, flessibilità e capacità di problem solving;
- Ottima conoscenza scritta e parlata della lingua inglese;
- Capacità di sviluppare proficue e durevoli relazioni personali in ambito professionale.

ALTRO

Condivisione della mission e dei principi di Save the Children.