

Mass Marketing Communication Specialist

CODICE 0525_MASSMKTCOMSPEC

DIPARTIMENTO/UFFICIO Advocacy e Public Engagement

REFERENTE Head of Brand and Mass Marketing Unit

SEDE DI RIFERIMENTO La sede di riferimento e coordinamento è Firenze, ma la nostra politica di risorse umane, orientata al raggiungimento degli obiettivi, offre flessibilità sia in termini di orario che di modalità di lavoro. Privilegiamo lo smart working, integrato da incontri periodici di coordinamento per garantire allineamento e collaborazione.

TIPOLOGIA CONTRATTUALE Dipendente a tempo indeterminato con inquadramento al 3° livello del CCNL ed un compenso da inquadarsi all'interno della fascia retributiva 28K€-30K€ lordi annui. Sulla base dell'attuale Regolamento Welfare, avrà diritto a un credito welfare di 500 € annui.

CANDIDARSI ENTRO: 28 Marzo 2025

INIZIO PREVISTO: Appena possibile, anche maggio 25, compatibilmente con i tempi della persona selezionata

Chi siamo

Oxfam è un movimento globale di persone che lavorano insieme per porre fine all'ingiustizia della povertà. Combattiamo la disuguaglianza che mantiene le persone in stato di povertà. Insieme salviamo, proteggiamo e ricostruiamo vite. In seguito ai disastri umanitari aiutiamo le persone a costruire vite migliori per sé stesse e per gli altri. Ci impegniamo su temi come i diritti sulla terra, i cambiamenti climatici e la discriminazione nei confronti delle donne. E non ci fermeremo finché ogni persona sul pianeta non godrà di una vita libera dalla povertà. Siamo una confederazione internazionale di 21 organizzazioni che collaborano con partner e comunità locali nei settori dell'aiuto umanitario, dello sviluppo e delle campagne, in oltre 70 paesi.

Impegno per la Diversità e l'Inclusione

In Oxfam crediamo che la diversità in tutte le sue forme - culturale, di genere, generazionale, di abilità, di orientamento sessuale e di background - sia una ricchezza fondamentale. Per questo, promuoviamo una cultura organizzativa ed un ambiente di lavoro inclusivo ed equo, dove ogni persona sia valorizzata per le sue unicità, riconosciute come risorse essenziali per affrontare insieme le sfide globali. Garantiamo pari opportunità a tutte le candidature incoraggiando le persone di ogni provenienza a unirsi alla nostra missione.

Safeguarding e codici di condotta

Oxfam si impegna a prevenire qualsiasi tipo di comportamento indesiderato sul lavoro, comprese molestie, sfruttamento e abuso, mancanza di integrità e comportamenti finanziari scorretti, e a promuovere il benessere di tutte. Oxfam si aspetta che tutto lo staff e i/le volontari/e condividano questo impegno attraverso il nostro Codice di Condotta e i Principi Femministi di Oxfam. Attribuiamo la massima priorità al fatto che solo coloro che condividono e aderiscono ai nostri valori e principi vengano reclutati per lavorare con noi.

I valori che ci guidano

Tutto il nostro lavoro è guidato dai nostri valori fondamentali:

Empowerment: Riconosciamo e cerchiamo di far sì che le persone espandano il controllo sulla loro vita e sulle decisioni che le riguardano.

Uguaglianza: Crediamo che tutte le persone abbiano il diritto a essere trattate in modo equo e abbiano gli stessi diritti e opportunità.

Accountability: Ci assumiamo le responsabilità delle nostre azioni e ci riteniamo responsabili nei confronti delle persone con cui lavoriamo e per cui lavoriamo.

Inclusività: Abbracciamo la diversità e la differenza e diamo valore alle visioni e ai contributi di tutte le persone e comunità nella lotta contro la povertà e ingiustizia.

Solidarietà: Uniamo le mani, sosteniamo e collaboriamo oltre i confini per un mondo giusto e sostenibile.

Coraggio: Diciamo la verità ai potenti e agiamo con convinzione per la giustizia delle nostre cause.

Descrizione del contesto/progetto

Tra le attività più strategiche di Oxfam Italia, la raccolta fondi da individui e con le aziende e fondazioni (ambito corporate) riveste un ruolo centrale, con la volontà di svilupparli ulteriormente. Nell'ambito della pianificazione strategica triennale, una delle priorità per la raccolta fondi da individui è il miglioramento dei KPI di engagement, così da trasformare il coinvolgimento delle persone in azioni concrete di supporto.

Per raggiungere questi traguardi, Oxfam Italia si impegna a sensibilizzare il pubblico, rafforzare il posizionamento del brand e fidelizzare i sostenitori, promuovendo attivamente la sua missione contro povertà e disuguaglianze. In questo scenario, la produzione e la gestione strategica dei materiali di comunicazione rappresentano un elemento essenziale per garantire coerenza, impatto ed efficacia su tutti i canali.

Il ruolo

È la persona responsabile della creazione di contenuti scritti destinati alle campagne di engagement rivolte al grande pubblico, nonché del coordinamento della produzione di materiali ad essa connessi sui vari canali di Oxfam Italia.

Lavorerà in stretta collaborazione con la Head of Brand and Mass Marketing Unit e con la content management specialist incaricata dei contenuti audiovisivi, nonché con la Unit Digital per la stesura e l'allineamento dei testi e dei contenuti destinati alle campagne digitali coerentemente con gli obiettivi di posizionamento pubblico dell'organizzazione.

Inoltre, è la persona di riferimento per le esigenze di scrittura e comunicazione degli altri uffici dell'organizzazione, e coordinandosi con fornitori, supervisionando i processi creativi interni ed esterni.

Particolare attenzione sarà dedicata alla coerenza dei messaggi, con lo scopo di rafforzare la fidelizzazione dei donatori, valorizzare il brand attraverso campagne innovative e supportare il raggiungimento degli obiettivi strategici dell'organizzazione. La definizione dei concept delle campagne avverrà in stretta collaborazione con l'intero team di riferimento.

Principali responsabilità

- Contribuire all'ideazione dei concept delle campagne di comunicazione di Oxfam Italia collaborando attivamente per sviluppare idee creative che siano allineate con gli obiettivi strategici dell'organizzazione.
- Garantire l'adattamento della narrativa delle campagne di ingaggio del pubblico, affinché i contenuti siano allineati con la visione strategica dell'organizzazione.
- Creare contenuti scritti per le campagne di engagement rivolte al grande pubblico, includendo i testi per i cicli di nurturing, con un tono e un messaggio adattati a ogni canale e target di riferimento.
- Monitorare e aggiornare le sezioni del sito web di propria competenza, assicurandosi che i contenuti siano sempre pertinenti, accurati e in linea con la strategia comunicativa dell'organizzazione.

- Ottimizzare i contenuti web in ottica SEO per garantire che siano facilmente accessibili, pertinenti e aggiornati.
- Coordinare il processo di formulazione del Piano Editoriale Social e i processi di sign off
- Supervisionare i fornitori assegnati e le agenzie creative, assicurandosi che i materiali prodotti all'interno delle campagne siano di alta qualità e in linea con le linee guida e la strategia di comunicazione.
- Fungere da punto di riferimento per le esigenze di scrittura e comunicazione delle diverse aree e uffici, collaborando con i/le rispettivi/e responsabili per garantire coerenza e efficacia nei contenuti.
- Assicurare che le comunicazioni siano sempre in linea con la visione, i valori e gli obiettivi strategici dell'organizzazione.

Esperienza e conoscenze richieste

- Laurea conseguita in Comunicazione, Scienze Politiche o studi affini
- Almeno 5 anni di esperienza in comunicazione maturati in contesti non-profit, in organizzazioni complesse con una gestione multi-canale in quanto il ruolo richiede una conoscenza approfondita delle dinamiche specifiche del settore umanitario
- Esperienza consolidata nella creazione e gestione di campagne di comunicazione e digital marketing, con una spiccata capacità di sviluppare testi coinvolgenti, ottimizzati per il web e allineati ai messaggi del brand e agli obiettivi di comunicazione
- Ottima capacità di project management
- Capacità di coordinare e supervisionare creativi e agenzie esterne
- Competenze nella gestione di progetti complessi e adattamento della narrativa delle campagne per diversi target e canali
- Conoscenza avanzata dei principali social network e delle strategie di ingaggio del pubblico
- Capacità di scrittura di articoli e testi web in ottica SEO
- Conoscenza approfondita degli strumenti di gestione dei contenuti (CMS, archiviazione condivisa) e delle piattaforme per la gestione di progetti multi-channel
- Ottima conoscenza della lingua inglese, sia scritta che parlata.
- Si richiede disponibilità a viaggiare principalmente sul territorio nazionale

Principali competenze richieste

- Ottima capacità organizzativa: nella pianificazione e nel coordinamento di più attività in parallelo.
- Comunicazione efficace: manifestata attraverso la collaborazione con team interni ed esterni e nella capacità di trasmettere indicazioni chiare ai fornitori.
- Creatività e attenzione ai dettagli: per garantire materiali di alta qualità che rispecchino il brand e gli obiettivi di Oxfam.
- Flessibilità e problem solving: per gestire eventuali criticità nei processi di produzione.
- Gestione del tempo: capacità di rispettare scadenze strette senza compromettere la qualità del lavoro.
- Approccio collaborativo: attitudine a lavorare in team e a costruire relazioni positive con i diversi stakeholder.

Questa Job Description non è allegata al contratto di lavoro. È intesa come una guida e potrebbe essere variata di volta in volta alla luce degli sviluppi strategici della posizione.

Come candidarsi

Inviare la propria candidatura selezionando la vacancy nella pagina *Lavora con noi* di Oxfam allegando:

- **CV**

- **lettera di motivazione** in cui si evidenzia come competenze ed esperienze professionali siano in linea con il profilo ricercato

- **aspettativa economica desiderata** espressa in lordo mese o lordo anno

- **Portfolio dei principali progetti e campagne gestiti in prima persona.** Per ogni progetto presentato, si richiede di specificare il ruolo ricoperto e le responsabilità svolte, evidenziando il contributo individuale e i risultati ottenuti.

- **3 referenze di persone appartenenti agli uffici HR o, se non presenti, degli uffici facenti funzioni HR,** complete di nominativi e contatti mail e telefonici, che verranno sollecitati solo nelle fasi finali del percorso di selezione.

Processo di selezione

I CV ricevuti verranno pre-selezionati sulla base della coerenza con il profilo richiesto. I/le candidate/selezionate potranno essere chiamate a partire dal giorno successivo alla data di ricevimento del CV.

Le prove di selezione (colloqui individuali ed eventuali prove scritte) si svolgeranno tramite incontrivirtuali o presso la sede di Firenze; gli eventuali costi di trasporto per partecipare alle prove di selezione saranno a carico dei/le candidate.

Nota: Si procederà, alla verifica delle referenze nella fase finale della selezione.

Potranno esserci altri eventuali controlli specifici come casellari giudiziari nel caso in cui il ruolo ricoperto preveda il contatto con minori, ed eventuali controlli finanziari anti-terrorismo.