



Codice annuncio: 0821_SPECCOMBRAND

Ruolo: Specialist Comunicazione e brand

Area: Digital & Communication

Riporta a: Coordinatore comunicazione e brand

Sede: Roma, Zona Porta Maggiore

Tipo di Contratto: contratto di assunzione a tempo indeterminato

Candidarsi entro: il 24 gennaio 2022

Inizio collaborazione non oltre: ASAP, As soon as possible, la selezione riveste carattere di urgenza.

Lavorare in ALL Nazionale vuol dire: credere che ciò che fai contribuisce a dare significato alla nostra purpose; lavorare per obiettivi sempre più sfidanti circondato/a da colleghi che collaborano e credono nella condivisione ed integrazione delle competenze per l'eccellenza del fine comune; l'orario di lavoro è flessibile e lo smart working è una pratica acquisita perché crediamo nell'organizzazione responsabile del tempo di ognuno; sentiamo gli obiettivi personali o di gruppo che ci vengono affidati; tutto questo fa parte della ricompensa *non tangibile* del lavorare in ALL.

Presentazione di ALL Onlus

L'AIL – Associazione Italiana contro le Leucemie, i linfomi ed il mieloma che da oltre 50 anni opera sul territorio nazionale grazie ad 82 Sezioni provinciali autonome; 50 anni di ricerca scientifica, assistenza ai pazienti e servizi verso le famiglie.

Attraverso il sostegno di 20.000 volontari e professionisti esperti offriamo Servizi di Cure Domiciliari, Case alloggio, scuole e sale gioco in ospedale, servizi socio-assistenziali. ALL sostiene i 150 Centri di ematologia che aderiscono al GIMEMA - Gruppo Italiano Malattie Ematologiche dell'Adulto, essi sono la nostra garanzia di diagnosi certa e di pari possibilità di cura per i malati di tutta Italia.

I valori che ci guidano

Adesione: Siamo orgogliosi di far parte di ALL, una scelta che rinnoviamo ogni giorno con il cuore, perché lo scopo del nostro impegno non è il profitto del singolo ma il miglioramento della vita dei pazienti e dei loro familiari.

Responsabilità: Ci facciamo carico di conseguire con la massima efficacia i nostri obiettivi, agendo in modo autonomo e consapevole e tenendo conto delle conseguenze per gli altri.

Rete: Promuoviamo connessioni tra le persone, valorizzando le specificità di ognuno, per raggiungere un obiettivo di insieme che sia molto di più della somma delle singole parti.

«Essere in rete», per noi, significa dare il proprio contributo ma anche confrontarsi con fiducia e rispetto, accogliendo il parere dell'altro come un'occasione di arricchimento e non di insuccesso.

Solidarietà: Promuoviamo una cultura della solidarietà, intesa come un atteggiamento spontaneo che, attraverso la comprensione e l'accoglienza dei problemi e delle necessità altrui, sviluppi il «dono di sé» portandoci ad agire in maniera concreta.

Contributo: Lavoriamo in gruppo in maniera costruttiva, mettendoci in gioco, così da far emergere la parte migliore di noi (competenze, passione, volontà) e partecipando all'evoluzione continua di ALL.

Trasparenza: È la principale responsabilità alla base della nostra missione. Consideriamo la trasparenza come un ponte fondamentale tra noi e i nostri donatori, per raccontare con semplicità cosa facciamo grazie al loro sostegno, per consolidare il rapporto con loro e far crescere la nostra rete. Riteniamo che tra di noi sia la libertà di essere sé stessi e di poterci esprimere in modo leale, autenticità e onesto.

Risultato: Garantiamo il raggiungimento di obiettivi concreti, misurabili e puntuali verso la pluralità dei nostri interlocutori, interni ed esterni, ottimizzando le risorse disponibili e agendo come un unico corpo con un obiettivo comune.

Contesto lavorativo

In AIL è in atto un processo di potenziamento e rinnovo delle strategie di comunicazione sia online che offline con l'obiettivo di migliorare il brand positioning e di caratterizzare sempre meglio l'Associazione rispetto ai principali competitors. Fondamentale in questo processo è l'ottimizzazione della presenza sui vari canali (on e offline) a livello sia di immagine che di content strategy.

L'inserimento di questa figura ha l'intento di rafforzare l'unità Comunicazione e brand nella creazione e supervisione degli elementi di comunicazione e nel media planning.

Obiettivi di ruolo

Il ruolo ha l'obiettivo di partecipare alla crescita della brand awareness, della reputation e dell'engagement della community AIL, contribuendo all'ottimizzazione degli elementi di comunicazione e alla loro veicolazione sui diversi media. In particolare ha il compito di negoziare con le concessionarie di pubblicità l'acquisto o la concessione di spazi pubblicitari, di supervisionare il traffico media e il ciclo di produzione dei materiali advertising.

Responsabilità

- Garantire l'uniformità visiva e del tone of voice dei contenuti nella comunicazione on e offline, nel rispetto della strategia di comunicazione dell'associazione.
- Contribuire all'implementazione della strategia di diffusione dei contenuti individuati e alla verifica dell'efficacia attraverso un costante monitoraggio.
- Contribuire a garantire l'aderenza della comunicazione alle linee guida di brand per un'immagine coordinata che supporti la notorietà di AIL a livello nazionale e locale.
- Partecipare alla definizione del piano media e autonomia nella sua implementazione.

Principali Attività

- Predisporre materiali di comunicazione per campagne di tipo ATL e BTL.
- Partecipare alla scelta di argomenti, contenuti ed immagini in base alle iniziative ed ai progetti di comunicazione.
- Partecipare alla pianificazione e al monitoraggio della programmazione media advertising, in particolare su tv, radio, carta stampata e out-of-home.
- Curare i rapporti consolidati con concessionarie e editori e crearne di nuovi per aumentare le opportunità di visibilità delle campagne pubblicitarie.
- Curare l'intero ciclo di produzione di materiale pubblicitario cartaceo e audiovisivo (video-spot), nel rispetto del budget e tempi definiti.
- Curare i rapporti con le sezioni AIL territoriali dal punto di vista della attività di comunicazione e brand sul territorio.
- Curare la redazione e supervisionare l'impaginazione dei contenuti dei materiali BTL e delle pubblicazioni istituzionali (es. Bilancio Sociale)
- Produrre una reportistica periodica completa sulle attività di competenza, fornendo indicatori di risultato di dettaglio relativi a tutte le iniziative intraprese.
- Monitorare il raggiungimento degli obiettivi assegnati, segnalando eventuali scostamenti dai risultati, dai tempi attesi o dal budget di unità preventivato, al fine di attivare le azioni correttive.
- Partecipare alla realizzazione di progetti, sia per quanto riguarda la fase creativa che realizzativa, collaborando con i colleghi delle altre aree.
- Gestire i fornitori al fine di conseguire la produzione dei materiali nel rispetto degli standard di qualità, di costi attesi e delle procedure amministrative interne.

Esperienze e conoscenze

- Laurea, preferibilmente in Marketing/Comunicazione
- Almeno 3 anni di esperienza in ruoli simili maturati presso agenzie di comunicazione/centri media o all'interno di organizzazioni strutturate
- Esperienza nella relazione con editori e concessionarie di pubblicità
- Esperienza in media planning e buying
- Capacità di analizzare i principali KPI e metriche dell'advertising
- Esperienza nell'elaborazione di brief per agenzie creative
- Conoscenza approfondita dei processi per la pubblicazione di annunci stampa, affissioni, banner e diffusione spot Tv e radio
- Conoscenza delle specifiche grafiche e dei processi di pre stampa.
- Esperienza e dimestichezza nella realizzazione di contenuti testuali di qualità e storytelling
- Buona conoscenza di Google Analytics
- Conoscenze basiche di project management
- Costituirà valore aggiuntivo aver maturato l'esperienza richiesta in organizzazioni no profit.

Competenze e capacità (dal nostro modello di competenze di mestiere)

- Organizzazione e pianificazione
- Sintesi
- Efficacia comunicativa e capacità relazionali
- Assertività
- Capacità di negoziazione

Per candidarsi occorre inviare all'indirizzo selezione@ail.it , indicando nell'oggetto il codice 0821_SPECCOMBRAND includendo

- 1) Cv aggiornato e lettera di motivazione al ruolo
- 2) Indicazione di massima circa l'aspettativa economica
- 1) indicazione di preferibilmente 3 referenze complete di ruolo, mail e telefono di riferimento, che andremo a sollecitare, previo accordo con il/la candidato/a, solo in fase avanzata dell'iter di selezione.

Alle candidature selezionate che si inviteranno al colloquio, verrà chiesto, di portare un portfolio dei principali progetti curati.