

Términos de referencia para contratista individual:

Apoyo de coordinación del área de Digital Fundraising

(Marketing Services)

Antecedentes:

La misión fundamental de UNICEF es promover los derechos de todos los niños y niñas, en todas partes, en todo lo que hace la organización: en programas, actividades de abogacía y movilización de recursos. Para UNICEF, la equidad significa que todos los niños, niñas y adolescentes tienen la oportunidad de sobrevivir, desarrollarse y alcanzar su máximo potencial, sin discriminación, prejuicios ni favoritismos.

En 2021. El área de Movilización de Recursos contribuirá a seguir los resultados clave del componente de CPD “Movilización social y de recursos”: i) la movilización continua de recursos de donantes individuales y principales, corporaciones, fundaciones privadas; ii) mayor conciencia y participación de empresas, fundaciones privadas y el sector privado. En estrecha coordinación con Comunicación, PFP también contribuirá a los otros dos resultados clave de este componente: i) mayor conciencia pública y compromiso con los derechos del niño y ii) mayor participación y compromiso de los adolescentes. Indirectamente, la PFP contribuirá a los resultados clave de los otros cuatro componentes promoviendo alianzas público-privadas relacionadas con enfermedades no transmisibles, por ejemplo, fomentando la innovación y estimulando la movilización social.

Objetivo del puesto:

Bajo la supervisión general del Especialista de Marketing Services OIC, del Gerente de Movilización de Recursos y en estrecha coordinación con el área de Comunicaciones (Digital) – alineamiento y validación de los contenidos, y armonización del calendario de actividades – y todas las áreas de PFP, la persona deberá coordinar y apoyar con las tareas y procesos vinculados a las acciones y campañas digitales de recaudación de fondos (FR), a fin de aumentar los ingresos de UNICEF Argentina a través de la captación y retención de donantes, y del compromiso de diferentes sectores.

Descripción de funciones:

1. Asesoramiento en la planificación digital para el desarrollo de las campañas digitales de PFP.

Analizar las diferentes necesidades digitales y proporcionar información relevante sobre los mecanismos, oportunidades y tendencias del Fundraising Digital.

- Buscar y analizar las tendencias, oportunidades y desafíos del Fundraising Digital.
- Contribuir a los debates de planificación estratégica proponiendo ideas para mejorar nuestras comunicaciones basadas en el conocimiento actualizado de la comunicación digital y las tendencias del marketing y fundraising digital.
- Asesorar a otras áreas de PFP para lograr los objetivos de recaudación digital, llegar a las distintas audiencias, proponer componentes digitales en cada plan y solicitar presupuestos.

2. Garantizar la correcta implementación, el seguimiento y mejorar el rendimiento de las campañas de recaudación digitales. Proporcionar apoyo para la efectiva implementación de acciones digitales (a través de por ejemplo SEM/SEO, landings, email, pauta en redes sociales -paga y orgánica-)

- Coordinar el equipo de Fundraising Digital para implementar las diferentes actividades y campañas de recaudación digitales.
- Coordinar e implementar las diferentes contrapartes de FR Digital (proveedores, agencias, medios digitales)
- Garantizar el cumplimiento de los aspectos específicos de la implementación y ejecución de las plataformas digitales, incluyendo las herramientas de email marketing, CMS para los formularios de donación online y las landings transaccionales.
- Coordinar y validar el desarrollo de las landings, las piezas de comunicación digital (emailing, por ejemplo) y gestionar los sistemas de CMS, incluyendo la carga de contenidos.
- Reunir las especificaciones técnicas de los formularios del sitio web, coordinar y realizar los correspondientes testeos y seguimiento de problemas.
- Garantizar la realización de campañas digitales proporcionando apoyo técnico en la elección del medio adecuado, la plataforma digital, el público objetivo y los proveedores.

3. Análisis y reportes

- Monitorear la inversión de cada acción de recaudación digital contra los resultados y el presupuesto asignado.
- Asegurar el correcto etiquetado de las piezas de comunicación digitales para facilitar el seguimiento y el análisis.
- Garantizar la recopilación de información – Google Analytics, Google Tag Manager, entre otros – y su aplicación para elaborar reportes y analizar tendencias.
- Proporcionar para cada campaña, la información relacionada con el sitio web, las comunicaciones por email y texto, y la actividad en las redes sociales para los reportes y las reuniones.
- Supervisar el tráfico de los sitios web y hacer seguimiento y reporte del análisis de las fuentes con respecto a los KPIs.

4. Estar al día con las innovaciones, las buenas prácticas, las oportunidades y las tendencias en materia de Fundraising Digital.

- Proporcionar asesoramiento y apoyo técnico a los colegas en cuestiones relacionadas con las tendencias del marketing y fundraising digital.
- Investigar y proporcionar información relacionada con nuevos métodos de comunicación y nuevos medios y tecnologías, según se requiera.
- Proporcionar un análisis actualizado de las mejores prácticas, oportunidades, tendencias e innovaciones de la recaudación de fondos digital, tanto de la red de UNICEF como de organizaciones externas.

- De ser requerido, utilizar la innovación para identificar nuevas tendencias en transformación digital y para desarrollar nuevos canales y modelos de negocio.
- Comprender como funcionan las organizaciones que aplican el principio “digital first” e intentar aplicarlo en el trabajo diario en UNICEF.
- Participar activamente en las conversaciones regionales y globales para compartir y aprender de otros especialistas en digital. Identificar y analizar benchmark de campañas.

5. Implementar las soluciones tecnológicas necesarias para la operación digital

- Garantizar que en las actividades y plataformas digitales la transferencia de datos sea segura.
- Garantizar el cumplimiento de los requisitos legales en todas las actividades digitales, a corto y largo plazo (GDPR, gestión de datos).
- Proporcionar conocimientos técnicos para el uso coordinado y eficiente de sistemas de ICT y CRM.

6. Apoyo administrativo:

- Monitorear los presupuestos y gastos asegurando el cumplimiento de las reglas y regulaciones de UNICEF, y manteniendo al supervisor del área solicitante informado y asesorado sobre cuestiones administrativas y procesos.
- Elaborar términos de referencia y dar seguimiento a procesos de licitación.
- Brindar soporte técnico en el seguimiento y evaluación del trabajo de proveedores.

Calificaciones, conocimientos especializados y experiencia requerida

Criterio de evaluación	
Formación general	Título universitario en Marketing Digital, Marketing, Publicidad, Comunicación o campo relevante con capacitación adicional.
Formación específica	Se valorará estudios o formación específica en marketing digital para organizaciones sociales o recaudación de fondos.
Experiencia general	Experiencia comprobable no menor a cinco años en áreas de marketing digital.
Experiencia específica	Experiencia específica en áreas de recaudación de fondos para organizaciones sociales. Experiencia de coordinación y supervisión de equipos de trabajo.
Competencias	Competencia demostrada en el uso de plataformas digitales de publicidad: Google Ads, Facebooks Ads, Bing Search, DSP.

Competencia demostrada en el uso de plataformas de envíos de mailings masivos: Saber planificar un Flow de envíos, reglas automáticas y reportería de mails.

Competencia demostrada en el uso de plataformas de medición digital: Google Analytics armado de cuentas y reportes, Datstudio armado de dashboards y conexión con supermetrics, Facebook analytics, GA 360.

Competencia demostrada en el uso de plataforma de tags Google Tag Manager: Seteo de pixeles, triggers, propiedades, GA Eventos, datalayer y otros, debe ser operativo.

Competencia demostrada en el uso de herramientas de CRO: Hotjar, Socialprove, Google Optimize, entre otras.

Competencias demostradas en diseño y programación: Conocimientos básicos de programación en HTML, CSS, Java Script. Conocimientos básicos de diseño gráfico web. Poder recomendar la tecnología adecuada para sitios web transaccionales en plataformas de pagos o no. Conocimientos en seguridad web de sitios transaccionales con pagos.

Competencias demostradas en estructuras web: Conocimiento y armado de dominios en NIC y AFIP Argentina.

Competencias demostradas en Infraestructura web: Conocimiento y armado de certificaciones letsencrypt para sitios web en ambiente Azure. Conocimiento de ambientes CMS Drupal – WordPress.

Costo estimado y plazo contractual

- Fecha de inicio: 1 de agosto de 2021
- Fecha de fin: 31 de julio de 2022
- Duración: 11.5 meses- Full time.