

Especialista en Marketing Digital en la Fundación Pasqual Maragall

Contexto

La Fundación Pasqual Maragall se creó en 2008 con la misión de promover y desarrollar investigación biomédica de excelencia. La Fundación está totalmente comprometida para ser decisiva en la contribución de soluciones globales al problema de la enfermedad del Alzheimer y demencias relacionadas, así como para sensibilizar socialmente para conseguir que los apoyos científicos a estos retos alcancen la prioridad adecuada. La investigación de la Fundación se realiza en el Barcelonaβeta Brain Research Center (BBRC), centro de investigación constituido con la participación de la Universidad Pompeu Fabra y Fundación "la Caixa".

La visión de la Fundación Pasqual Maragall es conseguir un futuro sin Alzheimer, en el marco de un envejecimiento activo y saludable que está asociado a experiencias positivas y libre de problemas y declives cognitivos. Con este fin, la investigación del BBRC se dirige a la prevención primaria y secundaria de la enfermedad de Alzheimer, lo que es posible gracias a la participación de miles de personas que, de manera voluntaria, contribuyen a unos estudios científicos para conseguir que, en un futuro próximo, existan muchas menos personas enfermas.

La Fundación Pasqual Maragall es una entidad privada sin ánimo de lucro. Sus recursos económicos provienen de donaciones filantrópicas de entidades y empresas, así como de una extensa red de más de 45.000 socios que contribuyen a financiar la investigación. El personal científico del centro de investigación también consigue de manera competitiva ayudas y subvenciones, principalmente de fondos europeos y fundaciones internacionales. Para más información, visita nuestras páginas web:

www.fpmaragall.org y www.barcelonabeta.org

La Fundación Pasqual Maragall es una fundación joven, consolidada y en crecimiento que junto con el BBRC actualmente suma más de 150 personas. El equipo de la FPM cuenta con áreas transversales de mantenimiento, IT, finanzas, compras, recursos humanos, comunicación, área social y captación de fondos y el equipo científico de la BBRC está formado por personal investigador y profesionales de las áreas de la medicina, biología, psicología y enfermería, entre otros. Todo en un entorno dinámico, en el que los retos continuos forman parte del ámbito de trabajo de la Fundación.

Descripción de la posición

La Fundación busca un/a Especialista en Marketing Digital, dentro del área de Captación de Fondos, reportando a la Directora de Captación de Fondos.

Con el objetivo de diseñar y ejecutar la estrategia de captación digital, con el fin de poner a disposición de los proyectos y la misión de la Fundación Pasqual Maragall los medios *online*, implementando, siguiendo y evaluando la estrategia de captación digital, y asegurando la correcta integración de la comunicación *online* y *offline*.

Tareas principales

El/la Especialista en Marketing Digital, se responsabilizará de:

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL

- Dirigir y planificar las acciones y campañas de captación en el ámbito digital
- Mantener un enfoque multicanal, definiendo objetivos, KPIs y repuestos periódicos para evaluar, optimizar e introducir mejoras de las campañas de captación digital.
- Crear contenido para las campañas de captación de fondos, asegurando que cumple tanto los objetivos de performance como de difusión y awareness de nuestra causa.
- Coordinarse con la/el especialista en *Paid Media* del equipo, para asegurar una correcta implementación de la estrategia de captación de fondos, y la convivencia de todos los proyectos.
- Mantener un conocimiento actualizado de las tendencias del mundo digital, tanto a nivel de captación/e-commerce como herramientas, comportamiento de los usuarios, etc.

PROYECTOS, CAMPAÑAS Y CAPTACIÓN

- Diseñar, planificar y ejecutar la estrategia de captación online a medio y largo plazo.
- Mejorar el funnel de conversión a través de la web de la Fundación Pasqual Maragall, con recursos internos y proveedores externos.
- Lograr los objetivos de conversión derivados de proyectos mixtos y de captación: generación de contenidos para atraer tráfico, conversión de interesados email/marketing, *inbound marketing* (con blog de la FPM), y otros proyectos.
- Proponer campañas de captación específicas con un claro enfoque de innovación digital.
- Identificar los medios adecuados para la captación de recursos y generación de *leads* para las diferentes campañas *online* de la Fundación.
- Analizar, medir y evaluar resultados de campañas con herramientas como Google Analytics, Facebook Business Manager, Data Studio, Hubspot, etc.
- Elaborar informes periódicos de las estrategias y campañas de captación (calculando indicadores como el ROI, el Payback, etc.)
- Generar propuestas e iniciativas derivadas de nuevas posibilidades, como la estrategia 360° firmas, *capital campaigns*, etc.

- Proponer mejoras y recomendaciones de negocio vinculadas a los proyectos que coordina, a fin de mejorar procesos e incrementar la captación.
- Interactuar y realizar aportaciones con otras funciones y proyectos de captación (Iniciativas Solidarias, Middle Donors, Legados, Comercios Solidarios, etc.), a fin de incrementar su escalabilidad y rentabilidad.

GESTIÓN DE PROVEEDORES

- Mantener un contacto frecuente con los proveedores, con el objetivo de asegurar la correcta transmisión y actualización de la información de la Fundación.
- Mantener la adecuada relación y coordinación con los proveedores de proyectos digitales (web, agencias de creatividad y marketing digital) garantizando la calidad del servicio y optimización de costes.
- Mantener la adecuada relación y coordinación con los proveedores de telemarketing (revisión de argumentarios, escucha de llamadas, gestión de incidencias, etc.) para asegurar la calidad del servicio y optimización de costes.
- Diseñar e impartir formación a los proveedores.

DATOS

- Actuar como referente de los procesos de integración entre CRM y los proveedores y agentes de su área.
- Actuar como usuario clave del CRM, realizando actividades de extracción de datos para informes, control de calidad de los datos suministrados por proveedores, o validación periódica de las integraciones con la plataforma, entre otros.
- Mejorar y simplificar los procesos de gestión de datos *online*.
- Coordinar la generación de bases de datos de contactos para la creación de alianzas estratégicas que amplíen el impacto en las redes: líderes de opinión a Internet, bloques especializados, *Community Managers*, medios de comunicación social, etc.
- Revisar y supervisar el tratamiento de los datos derivados de la captación de *leads*, con el fin de incrementar la conversión a socios.

WEB

- Apoyar al Project Manager de las *websites* de la Fundación Pasqual Maragall, garantizando la coherencia y la robustez del modelo online, y asegurando que responden a las necesidades de los proyectos de captación de fondos.
- Realizar *benchmarks* para monitorizar los contenidos y tendencias de otras organizaciones (empresas y/o entidades sin ánimo de lucro).

GESTIÓN, PRESUPUESTO Y OTROS PROCESOS

- Supervisar el cumplimiento del presupuesto del área online y de las campañas digitales, y su actualización periódica.
- Elaborar y compartir periódicamente informes cuantitativos y cualitativos de los proyectos a su cargo.
- Elaborar y seguir los procesos necesarios para asegurar la calidad de los proyectos a su cargo.
- Mantener la adecuada coordinación con las diferentes áreas de la Fundación Pasqual Maragall para garantizar su integración en el medio *online*.
- Colaborar con la implementación del CRM y facilitar el *donor journey* con otros departamentos.
- Resolver incidencias, validar datos, preparar materiales y formaciones, y realizar otras actividades de *back office*.

Titulación y Experiencia

- Grado en Marketing, Marketing Digital, Publicidad, Comunicación Audiovisual o ADE.
- Máster en comunicación o Marketing.
- Experiencia en implementación de campañas digitales multicanales (redes sociales, SEO, SEM...)
- Alto dominio del idioma catalán, Castellano e inglés.

Características de la posición

- Incorporación inmediata.
- Posición estructural.
- Nivel Salarial acuerdo a la experiencia del candidato/a.
- Jornada completa semanal de 38h y una distribución horaria de lunes a jueves de 9h a 18h y viernes de 9h a 15h.

Para aplicar a la posición

1. En un único documento pdf:
 - Carta de interés justificando la motivación y experiencia previa (máx. 1 f).
 - CV (máx. 2 f).
2. Indica dónde has visualizado la oferta publicada
3. Remitir al correo electrónico: rh@fpmaragall.org
 - **Asunto: Especialista en Marketing Digital**

Fecha Límite: 19/11/2021

NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS:

En cumplimiento de la GDPR, le informamos que sus datos personales serán custodiados por la Fundación Pasqual Maragall y la Barcelonaβeta Brain Research Center para gestionar el proceso de selección de la oferta de ocupación que ha solicitado. Una vez completado el proceso de selección, los datos se borrarán.

Usted tiene derecho a ejercer los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición reconocidos en la Ley (EU) 2016/679, dirigidos a la Fundación Pasqual Maragall y la Barcelonaβeta Brain Research Center: Calle Wellington 30, 08005 Barcelona