

Especialista en Campañas Digitales y Contenido 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 de Alzheimer y demencias relacionadas, así como para sensibilizar socialmente sobre la enfermedad. 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 la 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 esta finalidad, 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 finalidad de lucro. Sus recursos económicos provienen de donaciones filantrópicas de entidades y empresas, así como de una extensa red de más de 77.000 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 www.barcelonabeta.org

La Fundación Pasqual Maragall es una fundación joven, consolidada y en crecimiento que junto con el BBRC actualmente suma más de 250 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 Campañas Digitales y Contenido, dentro del área de Captación de Fondos, reportando a la Directora de Captación de Fondos.

El objetivo de la posición es formar parte del diseño y ejecución de la estrategia de captación digital, con foco en la implementación de campañas de captación y la generación de contenidos.

La unidad digital dentro del equipo de captación de fondos consta de una especialista en marketing digital, dos especialistas de paid marketing y una Project manager de campañas y web.

Tareas principales

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 reportes periódicos para evaluar, optimizar e introducir mejoras de las campañas de captación digital.
- Liderar y supervisar la creación de 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 las especialistas 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.
- Mantener una interlocución continua con las áreas de investigación y comunicación, con el fin de generar contenidos relevantes y de calidad para las campañas de captación.

PROYECTOS, CAMPAÑAS Y CAPTACIÓN

- Participar en el diseño, planificación y ejecución de la estrategia de captación online a medio y largo plazo.
- Alcanzar 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, Looker Studio, HubSpot, etc.

- Elaborar informes periódicos de las estrategias y campañas de captación (calculando indicadores como el ROI, el Payback, etc.)
- Proponer mejoras y recomendaciones de negocio vinculadas a los proyectos que coordina, con el 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.
- Hacer seguimiento y coordinar la cesión de espacios publicitarios gratuitos, así como buscar nuevas oportunidades de colaboración.
- Coordinarse con el departamento de Comunicación, para asegurar un correcto flujo de la información y aprovechar sinergias.

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.
- 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.
- Revisar y supervisar el tratamiento de los datos derivados de la captación de leads, con la finalidad de incrementar la conversión a socios.

WEB

- Dar apoyo a la 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 de la unidad digital y de las campañas, 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.
- 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.

APTITUDES PERSONALES

- Gran capacidad de análisis y organización
- Autonomía y ownership de los proyectos
- Orientación al detalle
- Flexibilidad
- Habilidad comunicativa
- Proactividad
- Trabajo en equipo
- Se valorará experiencia en medios offline, branded content, etc.
- Se valorará experiencia en campañas de telemarketing y proyectos SEO.
- Capacidad para hacer networking, dentro del tercer sector y con la industria
- Alta orientación a resultados
- Idiomas: imprescindible castellano nativo y comprensión alta del catalán y el inglés

Titulación y Experiencia

- Grado en Marketing, Marketing Digital, Publicidad, Comunicación Audiovisual o ADE, o experiencia equivalente.
- Máster en comunicación o Marketing.
- Experiencia mínima de 5 años en gestión de campañas digitales multicanales
- Valorable experiencia en el tercer sector.

Características de la posición

- Incorporación inmediata.
- Posición estructural.
- Nivel Salarial acorde 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.

Per aplicar a la posició

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: talent@fpmaragall.org

Asunto: Especialista en Marketing Digital

Fechas límite: 21/04/2024

NORMATIVA DE PROTECCIÓN DE DATOS:

En cumplimiento de la GDPR, le informamos que sus datos personales serán custodidos por la Fundación Pasqual Maragall y la Barcelonaβeta Brain Research Center para gestionar el proceso de selección de la oferta de empleo 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