

Médecins Sans Frontières (MSF) Schweiz sucht für ihren Hauptsitz in Genf oder Zürich eine-n:

Projektverantwortliche-r Direct Marketing

Akquisition und Reaktivierung von Spendern

Aufgabenbereich

Das Team «Akquisition» ist eines der sieben Teams der Abteilung Kommunikation und Fundraising (Spenderservice, Grossgönner, Produktion, Medien/Events, Digital und Feldkommunikation).

Der/die Projektverantwortliche Direct Marketing – Akquisition und Reaktivierung – ist für die Konzeption der Mailings zur Akquisition und Reaktivierung von neuen einmaligen und regelmässigen Spendern verantwortlich. Sein/ihr Aufgabenbereich umfasst die strategische Planung und die Ausarbeitung von Vorschlägen für die Kampagnen, das Verfassen der Texte, die Auswahl des Bildmaterials, die Überwachung der Grafiklieferkette, die Koordination der Übersetzungen, den Druck und den Versand der Mailings sowie das Erarbeiten von strategischen Empfehlungen anhand der Ergebnisse und Analysen der Akquisitions- und Reaktivierungskampagnen.

Er/sie arbeitet mit verschiedenen Lieferanten und Kommunikationsagenturen zusammen und überwacht die Qualität auf allen Ebenen der Lieferkette, der Konzeption und der Produktion. Der/die Projektverantwortliche Direct Marketing – Akquisition und Reaktivierung – erarbeitet den Budgetvorschlag für die Mailing-Aktivitäten im Bereich der Akquisition und Reaktivierung.

Er/sie arbeitet eng mit dem/der Digital Fundraiser(in) zusammen, um eine integrierte Akquisitionsstrategie zu entwickeln und umzusetzen. Darüber hinaus ist eine enge Zusammenarbeit mit dem/der Projektverantwortlichen Direct Marketing Spenderservice erforderlich, um die Kohärenz der Kommunikationsmassnahmen der Teams Akquisition und Spenderservice sicherzustellen.

Ausserdem wirkt er/sie bei der Umsetzung der auf das breite Publikum zielenden Visibility-Kampagnen mit. Auf Anfrage der Leiterin Kommunikation übernimmt er/sie die Bearbeitung spezifischer Dossiers.

Hauptaufgaben

1. Mailings

a. Vorbereitungsphase

- Planung: Mitwirkung bei der Erstellung und Verfolgung des jährlichen Aktionsplans
- Erstellen der Retroplanungen im Zusammenhang mit den vorgesehenen Aktivitäten
- Berücksichtigung der Historien und der Erfahrungen aus früheren Aktionen
- Abstimmung mit den Produktionskostenzielen
- Koordination zwischen den verschiedenen Beteiligten (Kick-off-Meetings)
- Erarbeiten von Themenvorschlägen und Durchführung von Brainstormings
- Überlegungen zur Auswahl der Spender in Abhängigkeit von den Kampagnen und den geplanten Tests

b. Entwicklungsphase

- Briefing der Grafiker und Prüfung der Entwürfe in Zusammenarbeit mit dem Fachgruppenleiter
- Beschaffung des Bildmaterials für sämtliche Fundraising-Produkte
- Informationsbeschaffung für die Redaktion der Mailings (Desks, Medizinische Abteilung, Feld)

- Ausarbeiten von Textvorschlägen für die Mailings in französischer oder deutscher Sprache
- Koordination der Übersetzungen
- Suche und Auswahl der Lieferanten für die Produktion und Einholen von Offerten

c. Produktionsphase

- Validierung der vom Grafiker angelieferten Dateien
- Aushandeln von Kostenvoranschlägen und Bestätigen der Bestellungen
- Korrekturlesen und Validieren der Probeabzüge (Gut zum Druck), Qualitätskontrolle
- Organisation der Lieferungen, Überwachung der Lieferfristen

d. Nachverfolgung

- Analysieren der Ergebnisse und Auswertung der Kampagnen
- Überwachung der Rücksendungen und der Lagerbestände
- Rechnungskontrolle und Verbuchung der Rechnungen zulasten des Budgets
- Erstellen von Kosten- und Rentabilitätsanalysen
- Archivierung und nachrichtentechnische Ablage der verschiedenen Kontrollblätter

2. Team Akquisition

- Schlägt das Budget für die geplanten Mailing-Aktivitäten im Bereich Akquisition und andere Fundraising-Produkte vor
- Setzt den jährlichen Mailing-Aktionsplan um, trägt aktiv zur Integration der verschiedenen Fundraising-Instrumente bei
- Macht strategische Überlegungen und Vorschläge für die Kampagnen zur Akquisition bzw. Reaktivierung von Spendern
- Schlägt allgemeine Guidelines für die Produktionstätigkeit im Bereich Fundraising vor (z. B. Verfahrensregeln für die Textkontrolle, Tracking-Formulare) und dokumentiert die «Best Practices»
- Identifiziert Kostentreiber und schlägt Lösungen vor, um die Lieferantenkosten zu senken und die Produktionsfristen zu optimieren
- Strategisches Monitoring der Aktivitäten anderer MSF-Sektionen und NGO in der Schweiz sowie der Marktentwicklung, um wettbewerbsfähige und innovative Lösungen vorzuschlagen

Ihr Profil

Ausbildung

- Hochschulabschluss oder gleichwertige Ausbildung im Bereich Marketing oder Fundraising

Erwünschte Erfahrung

- Mindestens drei Jahre Erfahrung in den Bereichen Direct Marketing und Konzeption/Produktion von Mailings
- Kenntnis des schweizerischen Direct Marketing Produktions- und Fundraising-Marktes
- Erfahrung in einer NGO erwünscht

Fachliche Kompetenzen

- Ausgezeichnete Kenntnisse der Produktionskette
- Ausgezeichnete redaktionelle Fähigkeiten
- Vertrautheit mit den Prozessen in den Bereichen Layout und Bildauswahl
- Kenntnis der Grafikprogramme
- Beherrschung der wichtigsten Windows-Programme (Word, Excel, PowerPoint)
- Kenntnis der wichtigsten Grundsätze des Fundraising

Sprachen

- Französisch: Muttersprache oder fließende mündliche und schriftliche Kenntnisse
- Deutsch: Muttersprache oder fließende mündliche und schriftliche Kenntnisse
- Englisch: fließend
- Italienisch ein Plus

Persönliche Eigenschaften

- Flexible, dynamische und spontane Persönlichkeit
- Eigeninitiative und Organisationstalent
- Fähigkeit, mehrere Dossiers gleichzeitig zu bearbeiten
- Stressresistenz
- Aufgeschlossenheit, Eigeninitiative

Anstellungsbedingungen

- Unbefristeter Vertrag mit 100%-Pensum.
- Arbeitsort : Zürich oder Genf (nach Vereinbarung).
- Eintrittsdatum: so bald wie möglich.
- Jährlicher Brutto-Lohn: zwischen CHF 83'808.- und CHF 96'492.- (abhängig von der relevanten Berufserfahrung und der internen Gehaltstabelle).

Bewerbungsmodalitäten

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung (Lebenslauf von max. 2 Seiten und Bewerbungsschreiben von max. 1 Seite auf Deutsch, Französisch oder Englisch; max. 5MB) bis am 23. November 2018 ausschliesslich per E-Mail an emploi@geneva.msf.org mit dem Vermerk «MarkDir Officer 2018.11».

Alle Bewerbungen werden streng vertraulich behandelt.

NUR ZUM VORSTELLUNGSGESPRÄCH EINGELADENE KANDIDATINNEN UND KANDIDATEN WERDEN KONTAKTIERT.

Falls Sie sich für eine Tätigkeit am Hauptsitz von MSF Schweiz oder für einen Feldeinsatz interessieren, besuchen Sie bitte unsere Webseite: <https://www.msf.ch/de/mitarbeiten>