

## ORGANISATIONSBESKRIVNING – Avdelningen Kommunikation och insamling

<b>Avdelning</b>
Kommunikation och insamling (KOMIN)
<b>Uppdragsbeskrivning</b>
<b>Avdelningen Kommunikation och insamling</b> Avdelningens uppdrag är att samla in pengar, påverka och driva opinion, mobilisera engagemang samt stärka bilden av Röda Korset. Primärt innebär det att: <ul style="list-style-type: none"><li>• skapa långsiktiga intäkter som möter organisationens finansieringsbehov,</li><li>• belysa samhällsutmaningar, påverka och driva opinion kring prioriterade frågor,</li><li>• synliggöra och marknadsföra verksamhetens arbete och resultat som uppnått</li><li>• bygga strategiska relationer och partnerskap för att generera resurser och kapacitet</li><li>• Ge kommunikationsstöd till verksamheten</li><li>• skapa en kommunikativ kultur där hela organisationen talar som Ett Röda Korset.</li></ul>
<b>Ansvar</b>
Avdelningen har ansvar för insamling, marknadsföring, second hand, kommunikation, opinionsbildning samt för samordning av påverkansarbetet.
<b>Kompetens</b>
Specialistkompetens inom insamling och marknadsföring, kommunikation, påverkan, data och analys samt digitalisering. Generalistkompetens inom chef- och ledarskap och digitala arbetssätt.
<b>Målgrupper</b>
Internt är den viktigaste målgruppen kretsar samt tjänstepersoner. Utifrån målen är den viktigaste externa målgruppen allmänheten med intresse av att stödja ideell verksamhet samt vid kriser allmänheten i stort.
<b>Samarbete</b>
Internt. Kretsar, tjänstemannaorganisationen, ekonomi och stöd Externt. Företagspartners, leverantörer, media, politiker, myndigheter, världens barn

<b>Enhet</b>
Kommunikation
<b>Uppdragsbeskrivning</b>
<b>Enheten Kommunikation</b> Driva Röda Korsets kommunikationsarbete genom att samordna våra budskap, synliggöra Röda Korset i media, påverka och driva opinion för att åstadkomma förändring i prioriterade frågor, samt skapa en kommunikativ organisation genom att vara ett strategiskt och operativt stöd åt hela verksamheten.
<b>Ansvar</b>
Enheten har ansvar för budskap, påverkan, opinionsbildning, press, kriskommunikation, kommunikationsstöd och internkommunikation
<b>Kompetens</b>
Specialistkompetens inom kommunikation.
<b>Målgrupper</b>
Utifrån målen är den viktigaste externa målgruppen allmänheten, politiker, media. Internt är den viktigaste målgruppen kretsar samt tjänstemän.
<b>Samarbete</b>
Internt samarbetar vi med hela tjänstemannaorganisationen samt kretsar. Externt. Media, leverantörer

<b>Enhet</b>
Marknad
<b>Uppdragsbeskrivning</b>
<b>Enheten Marknad</b> Stärka Röda Korsets varumärke. Ansvara för de stora övergripande kampanjer och koordinera akutinsamlingar, samordna insatser inom marknad och innehåll samt stötta övriga i organisationen med detta. Driva egna kanaler och ta ett samordningsansvar för organisationens digitala plattformar.
<b>Ansvar</b>
Enheten har huvudansvaret för varumärke, stora och integrerade kampanjer samt för att stödja övriga enheter med marknadsföring och innehåll/content. Ansvar för tidning, egna digitala kanaler och webbar. Ansvarar också för samordning av akutinsamlingar
<b>Kompetens</b>
Marknadsföring, sälj, varumärke, projektledning, insamling, content.
<b>Målgrupper</b>
Internt. Kretsar och frivilliga, övriga tjänstemannaorganisationen Externt. Allmänheten
<b>Samarbete</b>
Internt. Alla enheter på KomIn, IT samt princip alla enheter inom SRK. Externt. Byråer och övriga leverantörer. Samarbetspartners.

<b>Enhet</b>
Kretsinsamling och Second Hand
<b>Uppdragsbeskrivning</b>
<b>Enheten Kretsinsamling och second hand</b> Öka intäkterna från Röda Korsets kretsar genom att stödja intäktsgenerering ute hos krets. genom insamlingsaktiviteter & second hand. Utveckla återbruks- och återvinningsarbete utifrån ett hållbarhetsperspektiv.
<b>Ansvar</b>
Enheten ansvar och ha befogenhet för implementering och drift av Svenska Röda Korsets second hand-koncept. Enheten ansvarar för stödet till kretsar i insamling och marknadsföring.
<b>Kompetens</b>
Specialistkompetens inom retail, logistik, marknadskommunikation och textilt återbruk samt insamling, engagemangsfrågor och frivillighet. Generalistkompetens inom chef- och ledarskap.
<b>Målgrupper</b>
Internt, är det kretsar, förtroendevalda och frivilliga samt tjänstemän främst inom insamling. Externt, Allmänheten, Myndigheter, Företag, givare
<b>Samarbete</b>
Internt, tjänstemän på KOMIN och Föreningsutveckling, kretsar och frivilliga Externt, Företag för insamlingsarbeten, ideella organisationer, företag, Världens barn.

<b>Enhet</b>
Företag och stora givare
<b>Uppdragsbeskrivning</b>
Samla in pengar, mobilisera engagemang och utveckla samarbeten och partnerskap med företag, stiftelser och filantroper för att säkerställa finansiella resurser men även andra resurser som t ex produkter och tjänster som möter verksamheternas behov.
<b>Ansvar</b>
Enheten har huvudansvaret för kontakt, samordning och relation med företag (inklusive lotterier), stiftelser och filantroper. I ansvaret ingår olika former av resurser som pro bono och in-kind, företagsvolontärer etc.
<b>Kompetens</b>
Försäljning, marknadsföring, Key Account Management, fundraising, projektledning, hållbarhet, CSR, filantropi.
<b>Målgrupper</b>
Internt: Kretsar Externt: Företag, stiftelser och filantroper. Befintliga och potentiella givare inom de nämnda målgrupperna. Övriga aktörer inom näringslivet (inklusive lotterier).
<b>Samarbete</b>
Internt: Tjänstemän på KOMIN, NAT, INT, Hälsa och Vård. Övriga tjänstemannaorganisationen i stort, inklusive RKUF. Externt: Företagspartners. Byråer och övriga relevanta leverantörer samt kollegor inom rödakors- och rödahalvmånerörelsen.

<b>Enhet</b>
Privatmarknad
<b>Uppdragsbeskrivning</b>
<p><b>Enheten Privatmarknad</b>  Samla in pengar och mobilisera engagemang från privatpersoner genom att rekrytera, bygga relationer och skapa lojalitet, driva insamlingsaktiviteter, förvalta och utveckla givar- och medlemsbasen, samt att samordna all kommunikation med och aktiviteter till dessa målgrupper i samtliga kanaler.</p>
<b>Ansvar</b>
Insamling från privatpersoner. Rekrytera nya givare samt merinsamling och lojalisering av befintlig givar- och medlemsbas. Driva och utveckla givarupplevelsen. Skapa och dela givarinsikter. Marknadsföring av testamenten. Produktägare för privatinsamlade agila team. Stöd till andra enheter i Marketing Automation och insamlingsanalys. Övergripande medlemsansvar i SRK (tills m Förening på Nat). (Avgränsning: metoderna Face to Face, telemarketing och one to one (stora givare))
<b>Kompetens</b>
Specialistkompetens inom fundraising, givarprogram, lojalitet, Marketing Automation, relationsmarknadsföring, donor experience, donor insight, digital säljdrivande marknadsföring, webbkonvertering, DRTV, tryck/print/postalt, testamenten, egen insamling, data/webb/crm-analys inom insamling och givare.
<b>Målgrupper</b>
Externt, Privatpersoner, befintliga och potentiella givare och medlemmar. Testamentesleads.
<b>Samarbete</b>
Internt: <ul style="list-style-type: none"> <li>• På KomIn: samtliga enheter</li> <li>• På Ekonomi och Stöd: enheterna IT och Ekonomi.</li> <li>• På Nationella avdelningen: enheten Föreningsutveckling och kapacitet.</li> <li>• På HR: enheten Utbildning.</li> </ul> Externt: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ansvar för: Miltton, Agillic, Gapp, KGM, Link Mobility, Adovoe, Iraisier, Scrive, Billecta.</li> <li>• Arbetar även med: Kantar Sifo, PostNord, OMD, OTW, Handelsbanken (Swish), Swedbank (Swedbank Pay), Intellecta/Authority</li> </ul>

<b>Enhet</b>
Infodialog
<b>Uppdragsbeskrivning</b>
Enheten har ansvar för att kanalisera engagemang, inklusive att rekrytera månadsgivare och medlemmar genom direktdialog och skapa förtroende för Röda Korset. Inom enheten har infoservice ett särskilt uppdrag att vara en väg in i SRK för allmänhet, givare och kretsar och kopplat till detta kunna ge vägledning i frågor som rör organisationen. Vidare ansvarar enheten för registervård av de relationer organisationen har med individer, kretsar och företag.
<b>Ansvar</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Att ha en god tillgänglighet för rödakorsare, givare och allmänhet.</li> <li>• Enheten har huvudansvaret för att driva och utveckla dialogmetoder för att öka engagemang och generera intäkter.</li> <li>• Att bidra till arbetet med lojalitet bland givare.</li> <li>• God kunskap och kontaktvägar om verksamheter och om organisationen för en kvalitetssäkrad och effektiv respons och för att huvudsakligen lösa ärenden inom enheten.</li> <li>• Stödja övriga enheter genom att bidra med information och statistik kopplat till de verksamheter som bedrivs.</li> <li>• Vara goda rådgivare som kan ge stöd till kretsar och stärka deras egna förmåga att agera. LRU</li> <li>• Ska förstå och utveckla givarrelationer samt hantera registervård med utskick till givare och medlemmar.</li> <li>• <i>CRM och MA-stöd och kunskap:</i> Att säkerställa förvaltning av organisationens relationer i CRM (individer, företag och kretsregister)</li> </ul>
<b>Kompetens</b>
<p><u>Gemensamt:</u> Kunskap kring Röda Korset God kunskap om insamlingar, medlemskap och kampanjer God förmåga till serviceutveckling, kundrelationer och kanalisering av engagemang.</p> <p><u>Fokus Infoservice:</u> God kunskap kring organisation SRK och stödfunktioner, övergripande kunskap förenings- och verksamhetsfrågor. Förmåga att hantera support digitala verktyg samt registrering och analys av databearbetning (CRM och MA). God kommunikativ och pedagogisk förmåga i tal och skrift.</p> <p><u>Fokus Direktdialog:</u> Direktförsäljning, coachning, ledarskap, innehåll, HR-frågor, lönefrågor</p>
<b>Målgrupper</b>
Se uppdragsbeskrivning för KOMIN.
<b>Samarbeten</b>
Särskilt fokus på övriga enheter KOMIN, kretsstödjande enheter NAT samt IT. (Uppdraget förutsätter också strukturerad och systematisk samverkan med förtroendemannaorganisationen)