|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PARTE I** | | | | | |
| **1. Identificación de la Consultoría** | | | | | |
| Título de la consultoría | | Coordinador Campañas Diálogo Directo - F2F UNICEF Colombia | | | |
| **2. Términos de Referencia** | | | | | |
| a. Propósito de la consultoría | | | | | |
| Coordinar y asegurar la implementación de las campañas de face to face a nivel nacional de UNICEF, monitoreando los diferentes indicadores de gestión para las agencias actuales y acompañamiento en el desarrollo de nuevas agencias de dialogo directo. | | | | | |
| b. Contexto | | | | | |
| El canal de diálogo directo en el área de recaudación de fondos de UNICEF Colombia ha aumentado su participación en los últimos 3 años en la generación de nuevos donantes recurrentes e ingresos sostenibles para el desarrollo del programa de país.  Las campañas de F2F, D2D, entre otras, demandan actualmente un seguimiento focalizado para asegurar el uso adecuado de la marca, la sensibilización al público en general sobre el trabajo de UNICEF en Colombia y en el mundo y la activación de donantes recurrentes que aseguren la financiación de los diferentes programas a nivel nacional.  Es necesario asegurar durante el proceso de implementación de las campañas de dialogo directo el performance y capacitación de los equipos de trabajo, monitoreando, retroalimentando y generando planes de motivación e incentivos que garanticen el cumplimiento de los KPIS de las campañas.  La implementación de esta consultoría responde al Plan de PSFR 2017 aprobado por Representación y socializado con el CMT. | | | | | |
| c. Objetivos y metas de la consultoría | | | | | |
| 1. Apoyar la implementación de las campañas de Face to face a nivel nacional, realizando un acompañamiento cercano a cada uno de los equipos, asegurando la capacitación y el seguimiento necesario para el cumplimiento de las metas al cierre de diciembre de 2017. 2. Coordinar el acompañamiento en el desarrollo de nuevas agencias de dialogo directo, definición del plan piloto y seguimiento a KPIS. 3. Asegurar el buen uso de la marca, la veracidad y la calidad de la gestión realizada por cada una de las agencias. 4. Monitorear y retroalimentar equipos a través de visitas directas a los equipos y la gestión de la empresa de servicios Mystery Shopper. 5. Desarrollar un plan de monitoreo para cada una de las agencias, con el fin de activar rápidamente los planes de acción que permitan la toma de decisiones. 6. Solicitud de permisos en espacios como centros comerciales, eventos y empresas para adelantar campañas de recaudación de fondos. 7. Realizar periódicamente la zonificación de cada una de las agencias / proveedores en las ciudades del país donde operan, asignar espacios en eventos, empresas y centros comerciales y asegurar el estricto cumplimiento de cada uno de ellos. 8. Implementar planes de motivación e incentivos. 9. Coordinar las capacitaciones programáticas a los equipos de campo. 10. Implementación de nuevas actividades basadas en dialogo directo como Virtual Reality | | | | | |
| d. Actividades específicas a ser completadas para el alcance de los objetivos | | | | | |
| * Capacitación sobre los programas de UNICEF en Colombia. * Profundización en las estrategias de diálogo directo planeadas por el área de recaudación de fondos a Diciembre de 2017. * Conocimiento sobre los procesos implementados en el área de recaudación de fondos para asegurar el cumplimiento de los KPIs. * Visitas periódicas a todos los equipos de dialogo directo a nivel nacional. * Generación de informes por agencia. * Fortalecimiento en capacidades técnicas de dialogo directo con el acompañamiento del especialista de F2F de UNICEF. | | | | | |
| e. Productos tangibles y medibles de la consultoría | | | | | |
| **Producto** | | | **Descripción del producto** | | |
| Producto 1: | | | Informes semanales sobre el desempeño de las agencias de dialogo directo actuales (2) | | |
| Producto 2: | | | Informe semanal seguimiento a pruebas piloto con nuevas agencias | | |
| Producto 3: | | | Informe mensual sobre implementación de plan de incentivos a todos los equipos de F2F a nivel nacional. | | |
| Producto 4: | | | Informe mensual gestión Mystery Shopper. | | |
| f. Indicadores de desempeño para la evaluación de resultados *(por ejemplo puntualidad, valor de servicios prestados en relación con su costo, etc.)* | | | | | |
| * Lograr el mayor performance de cada una de las agencias, monitoreando: * Producción mensual de donantes individuales, por agente, por ciudad por evento. * Asegurar promedios de donación mensual * Calidad de donantes nuevos hasta un 8% de atrición. * Disminuir la tasa de rotación de los equipos de F2F * Desarrollar un equipo de 10 personas para llevar a cabo campañas de dialogo directo bajo modalidad hibrida. * Lograr al menos 4 permisos mensuales para llevar a cabo campañas de F2F en empresas, eventos y/o centro comerciales. | | | | | |
| g. Viajes durante la consultoría, si aplica | | | | | |
| Adjunto plan de viajes. | | | | | |
| h. Entregables. | | | | | |
| *Tiempo:* | *Producto:* | | | | |
| Producto 1:  (días/meses) | Mensual (4) | | | | |
| Producto 2:  (días/meses) | Mensual (4) | | | | |
| Producto 3 y 4:  (días/meses) | Mensual (4) | | | | |
| i. Fecha tentativa inicio contrato: | | | Finales de Agosto de 2017 | j. Tiempo de contrato: | 4 Meses ( 15 de Diciembre de 2017) |
| k. Sección, Lugar de trabajo: | | | Recaudación de Fondos | l. Primer Supervisor: | Jenny Zambrano |
| Segundo Supervisor | Carlos Heredia |
| **3. Perfil y experiencia requerida** | | | | | |
| a. Formación académica: | | | | | |
| * Técnico / Profesional en áreas de Mercadeo, Administración, Ventas. * Excelentes habilidades de gestión de personas, con capacidad demostrable para liderar, influir y motivar a otros. * Capacidad de contactar con una amplia gama de personas, tanto internas como externas y en muchos niveles, con credibilidad, tacto y diplomacia. * Capacidad para adaptarse a las tendencias culturales específicas y modos de operación | | | | | |
| b. Experiencia necesaria: | | | | | |
| * Mínimo un año de experiencia de trabajo con equipos, supervisión y liderazgo. * Seguimiento a indicadores de gestión. * Atención al detalle. * Buenas habilidades interpersonales. * Capacidad para manejar y completar múltiples tareas dentro de los plazos. * Buen conocimiento de las aplicaciones MS office * Compromiso con la misión y los valores de UNICEF * Capacidad probada para transferir habilidades a otros * Experiencia demostrada en la construcción de redes / relaciones * Demostrar su contribución a la implementación de estrategias para retener y hacer crecer la operación. * Experiencia en la creación de equipos de venta directa – Dialogo directo. * Experiencia en la gestión del despliegue de equipos de campo. * Experiencia en formación y motivación del personal de campo * Experiencia en la gestión de un equipo * Experiencia en el análisis de los resultados de la campaña y la toma de medidas correctivas para mejorar los resultados. * Experiencia en pilotar nuevas campañas y descifrar las propuestas de valor más efectivas para el mercado local. * Capacidad para analizar e interpretar los resultados, con un enfoque claro en el logro de los objetivos. * Fuertes habilidades interpersonales y alto nivel de iniciativa para trabajar independientemente. * Se valora positivamente la experiencia en recaudación de fondos y captación de donantes individuales bajo la técnica de Face to Face | | | | | |
| c. Idioma requerido:  Español 100%  English preferiblemente. | | | | | |