

Kribler det i fingrene for at arbejde i en NGO og gøre livet bedre for anbragte børn og unge? Er du ambitiøs, har en kreativ hjerne og elsker en kontorhund? Så læs videre og bliv en del af vores dynamiske kommunikations- og marketingteam hos Børnehjælpsdagen!

120 år på bagen med indsatser for udsatte og anbragte børn og unge

Børnehjælpsdagen er ikke bare en 120-årig organisation - det er en mission! Vi er en nonprofitorganisation, der arbejder hårdt for at skabe bedre vilkår for anbragte børn og unge, som har brug for en hjælpende hånd til at klare livets store og små udfordringer og nå deres fulde potentiale.

Vi har en lang række indsatser, du kan læse om [her](#).

Vi søger dig, der gerne vil være en del af Kommunikations- og marketingholdet – hvor du bl.a. vil være med til at brande og udbrede kendskab til vores [lotterier](#), der er en meget vigtig indsamlingsindsats for Børnehjælpsdagen. Måske har du set forening- og skolebørn på gaderne, der sælger måneformede skrabelodder? Jep, det er os!

Om foråret kører vi Lillebror Lotteriet og til efteråret Julelotteriet, og fidusen er, at børn sælger lodder for at tjene penge til deres eget fællesskab samt indsamle penge til arbejdet for anbragte. Rimelig win-win.

I MarKom teamet vil du få rig mulighed for at lære nyt, bidrage, sparre omkring indsatser og gøre en vigtig forskel. Din primære opgave vil være at hjælpe til med at køre vores Julelotterikampagne, og alt hvad den indebærer.

Så hvad betyder det i praksis for dig?

Som vores praktikant får du fingrene ned i MarKom-kagedåsen – og selvfølgelig indflydelse på dine egne opgaver og læring.

Du kommer til at prøve kræfter med:

- Med på ideudvikling og kampagneplanlægning af vores julelotteri samt digitale fundraising
- Få skovlen godt ind under vores Instagram og Facebook ved at producere content for efteråret – herunder brainstorme over nye content-muligheder
- Opsøge de gode historier på tidligere og igangværende lodsælgere – dette kan være interviews, fysisk videoproduktion osv.
- Lave analyser af vores besøgendes adfærd på hjemmesiden med Google Analytics
- Sammen med alle kolleger på tværs af Børnehjælpsdagen være med til at planlægge og afholde vores årlige [prisuddeling](#), der ligger i september.

Er vi et match?

Vi leder efter dig, der ikke kan vente med at vise os dine MarKom-skills, kommer med god energi og en nytænkende, kreativ hjerne.

Du skal også gerne kunne nikke genkendende til følgende:

- Trives med at skabe indhold til digitale platforme – herunder have lyst til at udforske nye måder at engagere vores følgere
- Er nysgerrig på at dykke ned i data og statistik over brugeradfærd, som kan føre til handling og strategi
- Have lyst til at prøve kræfter med kampagneplanlægning og fundraising
- God til at opsøge, gribe og løbe med boldene
- Lyst til at arbejde i en NGO, hvor vi er ambitiøse, men også griner højt og går ture med vores kontorhund Bastian (aka trivselschefen).

Hiv fat I os!

For at blive en del af vores superheltehold, skal du fange vores Digital Campaign Manager, Nina, på ns@bhd.dk / 35309311 eller Marketing- og kommunikationschef, Maja, på mk@bhd.dk / 35303912 .

Vi venter spændt på at høre fra dig!