|  |  |
| --- | --- |
| **CPR.02 CONTENT-SPECIALIST II** Functiefamilie: communicatie/PR | |
| **Context**  De functie is gepositioneerd binnen een sportbond die zich inzet voor (plm. 500) aangesloten verenigingen en (top)sporters (plm. 150.000) op het gebied van accommodatie, opleiding, promotie van de sport en sportontwikkeling (breedtesport). Daarnaast behartigt ze de belangen van de topsport ten behoeve van uitzendingen naar EK’s, WK’s en Olympische spelen. Er zijn in totaal ongeveer 75 medewerkers werkzaam bij de bond. Daarnaast zijn veel vrijwilligers actief in commissies en werkgroepen.  De organisatie besteedt continu aandacht aan het positioneren van de sport in de markt en het onder de aandacht brengen van evenementen e.d. De afdeling communicatie is dan ook breed opgezet met een communicatiemanager, content-specialist en communicatiemedewerker. De content-specialist II fungeert als opdrachtnemer voor de communicatiemanager die officieel ‘eigenaar’ is van alle uitingen. Hij/zij krijgt input o.a. tijdens het redactie-overleg waarin keuzes worden gemaakt welke, door de content-specialist, ge-/herschreven artikelen al dan niet worden gepubliceerd. Afhankelijk van de aard van het artikel wordt literatuur- en veldonderzoek (interviews) gedaan. Daarnaast komt het ook voor dat artikelen vanuit de eigen organisatie (of door derden) worden aangeboden, waarna de content-specialist II enkel hoeft te redigeren naar de beoogde doel-/lezersgroep. Tot slot is de content-specialist II bij alle communicatie-uitingen verantwoordelijk voor de kwaliteit en beschikbaarheid van beeldmateriaal. Functiehouder verzorgt tevens de coördinatie rondom de vormgeving, waarbij hij gebruikmaakt van externe grafisch vormgevers. | |
| **Doel**  On- en offline uitingen zijn zodanig vormgegeven en gepubliceerd dat de doelstelling van de boodschap de juiste reactie oproept bij de gewenste doelgroep. | |
| **Rapportagestructuur**  Direct leidinggevende: communicatiemanager  Geeft leiding aan: niet van toepassing | |
| **Resultaat/bijdrage** | **Resultaatindicatoren** |
| **1. Formulering en planning redactionele uitingen**  Gegenereerde ideeën om informatie toegankelijk, informatief en actueel te houden zijn d.m.v. voorgestelde onderwerpen, rubrieken en thema’s incl. te hanteren medium uitgewerkt, gemotiveerd in het redactieoverleg en aldaar vastgesteld. | - bruikbaarheid en haalbaarheid van de bijdrage;  - conform redactieformule;  - aantal voorgestelde/overgenomen onderwerpen. |
| **2. Vervaardiging redactionele producten online en offline**  Ter verkrijging van inzicht in de materie of het onderwerp is onderzoek gedaan en/of zijn interviewen met ter zake deskundigen gehouden, resulterend in on-/offline (achtergrond-)artikelen, interviews, promotiemateriaal, advertorials etc., inclusief op te nemen ondersteunend beeldmateriaal (foto’s, schema’s, e.d.). | - actualiteit, variatie van gekozen onderwerpen;  - aansluiting op interesses van de lezersdoelgroep;  - juistheid/betrouwbaarheid informatie;  - aansluiting schrijfstijl/toon op redactionele formule;  - tijdigheid en passendheid van beeldmateriaal bij boodschap. |
| **3. Informatie over het vakgebied**  (Inter-)nationale ontwikkelingen binnen de branche en specifiek de bondssport zijn verzameld en beheerd en intern gedeeld door het plegen van desk research, inventariseren van maatschappelijke ontwikkelingen en opbouwen van een informantennetwerk (deskundigen binnen het vakgebied). | - volledigheid en actualiteit verworven vakinformatie;  - actualiteit en relevantie informantennetwerk;  - tijdige en volledige intern gedeelde kennis. |
| **4. Redigeren**  Andermans teksten zijn t.a.v. taal en stijl zodanig geredigeerd en aangevuld (koppen, beeldmateriaal, bijschriften en intro’s) dat de maximale attentiewaarde wordt gerealiseerd. | - kwaliteit geredigeerde stukken;  - acceptatie redactie door oorspronkelijke auteur. |
| **Bezwarende werkomstandigheden**  - Geen bijzondere. | |