



Digital Marketing Manager

Riporto: Direzione Marketing

Sede di Lavoro: Napoli

Il/La **Digital Marketing Manager** di SSC Napoli riporta alla Direzione Marketing e ha il compito di eseguire le strategie digitali del Club, con l'obiettivo di rafforzare il brand SSC Napoli, accelerare la crescita della fanbase con particolare riferimento a quella internazionale, massimizzare l'engagement dei tifosi e contribuire allo sviluppo dei ricavi digitali e commerciali.

La figura guida l'evoluzione dell'ecosistema digitale del Club, integrando contenuti, data & CRM e fan engagement, in stretto coordinamento con i team Marketing, Media, Commerciale e con i partner esterni.

Principali responsabilità

Strategia

- Implementare la Digital Marketing Strategy definita dalla Direzione Marketing, coerente con la brand strategy e gli obiettivi di business del Club, garantendo l'avanzamento dei progetti nei tempi previsti.
- Coordinare le risorse interne ed esterne coinvolte nei progetti digitali, promuovendo una cultura data-driven e orientata alla performance.
- Fornire supporto alla Direzione Marketing nella definizione delle priorità strategiche digitali a medio-lungo termine.
- Predisporre e presentare al comitato direzionale, con cadenza mensile, una business review che includa analisi di mercato, andamento dei canali digitali e aggiornamenti su trend e innovazione.

Project Management

- Sviluppo e supervisione della roadmap di progetto, assicurando un allineamento continuo con gli obiettivi aziendali attraverso il monitoraggio costante delle attività quotidiane, la risoluzione tempestiva delle criticità operative e l'individuazione di opportunità di miglioramento.
- Supervisione delle piattaforme e degli strumenti interni: gestione diretta delle attività operative legate all'aggiornamento e alla manutenzione dei contenuti digitali su siti web e app (tramite CMS, DAM, ecc.), garantendo un'esecuzione accurata e puntuale.

Ecosistema digitale e canali

- Supervisione e sviluppo dei canali digitali del Club (esclusi i social media, in capo al team Content): website, app, piattaforme di fan engagement e touchpoint digitali emergenti.
- Garantire coerenza, qualità e innovazione nella presenza digitale di SSC Napoli a livello nazionale e internazionale.



- Gestire i fornitori esterni di servizi digitali, sotto la guida del responsabile di funzione, vigilando sulla corretta esecuzione degli impegni assunti da tali fornitori e segnalando tempestivamente ritardi, carenze e qualsiasi altro tipo di criticità rilevata.

Fan Engagement & Community

- Sviluppare iniziative digitali orientate alla crescita della fanbase globale e all'aumento dell'engagement dei tifosi, in particolare valorizzando la Membership.
- Progettare e implementare campagne e iniziative digitali fan-centric (personalizzazione, gamification, loyalty, membership, ecc.).
- Migliorare la fan experience digitale lungo tutto il customer journey.

Marketing & Data

- Sfruttare dati, analytics e insight per migliorare le performance delle campagne e supportare le decisioni strategiche.
- Gestire il CRM curandone lo sviluppo e la produzione di analisi periodiche delle informazioni; cooperare a stretto contatto con ticketing ed e-commerce per massimizzare lead generation, conversioni e retention.

Partnership e sponsorizzazioni

- Supportare il dipartimento Commerciale nello sviluppo e nell'attivazione digitale delle sponsorizzazioni e dei partner del Club.
- Creare opportunità di monetizzazione digitale e nuovi asset commerciali digital-first.
- Collaborare con sponsor e partner tecnologici su progetti innovativi.

Innovazione

- Monitorare trend, piattaforme e tecnologie emergenti (AI, nuove piattaforme social, fan data platforms).
- Promuovere l'innovazione digitale come leva competitiva di SSC Napoli nel panorama calcistico internazionale.

Requisiti

Esperienze e competenze

- Almeno 3 anni di esperienza in Digital Marketing, preferibilmente in contesti sportivi, entertainment, media o brand internazionali.
- Esperienza nell'esecuzione di progetti digitali multicanale.
- Forte competenza in digital analytics, CRM e data-driven marketing.
- Esperienza nel coordinamento di progetti, preferibilmente in contesti internazionali.
- Solida conoscenza delle dinamiche di fan engagement e digital communities.
- Conoscenza delle principali piattaforme CMS, DAM e CRM.

Lingue

- Italiano e Inglese fluenti. Costituisce titolo preferenziale la conoscenza di spagnolo, portoghese o cinese mandarino.



Per candidarsi, inviare Curriculum e lettera motivazionale entro il 5 Ottobre 2026 a:
careers@sscn.it

La ricerca è rivolta a candidati di entrambi i sessi ai sensi del D.Lgs. 198/2006.

I dati personali saranno trattati ai sensi del Regolamento UE 2016/679 (GDPR). Si prega di inserire nel CV l'autorizzazione al trattamento dei dati personali.