

DIGITAL



DIGITAL MARKETING EXPERT

Maïke Petersen

Marketing Lead in a Nutshell

- **Head of Marketing**
- **Content Marketing Strategie**
- **CMO – Chief Marketing Officer**
- **Head of Team Online**
- **Online Marketing Lead – Site Merchandiser DACH-Shop**
- **Marketing Director**

Seit fast 25 Jahren Erfahrung im Marketing - ausgehend vom klassischen Brand Marketing hin zu Digital-Kompetenz & zur Königsdisziplin holistisches Growth Marketing

Product Owner, Scrum, Agiles Arbeiten

Mitglied im Steering-Committee

Langjährige Erfahrung im Projektmanagement

Mentor

eCommerce

Enabler

B2B, B2C

Motivator

Lead-Generierung

KONTAKT



Adresse
Kaempweg 9A
25524 Bekmünde



Mobil
(49) 15 25 - 41 90 524



E-Mail
mp@digital-marketing-expert.de



Geburtsdatum
27.06.1970

Auslandserfahrung



Leben und Arbeiten in einer internationalen Umgebung in Tokio und Yokohama, Japan

SPRACHEN



Deutsch
Muttersprache

Englisch
Verhandlungssicher

Japanisch
Konversationslevel



CURTIUS LÜTTEN





DIGITAL MARKETING EXPERT

Maïke Petersen

PERSÖNLICHES PROFIL

Expertin für Change & Digitale Transformation

Wer mich mit meiner Energie und gnadenlos offenen Art einmal von der Leine lässt, der krepelt sein Unternehmen auf digitalen Erfolg – komplett von links auf rechts – um! Und das im Schnelldurchlauf.

Immer den Business-Uplift im Fokus, bin ich ganz auf Erfolg gepolt und treibe mit Nachdruck notwendige Digital-Veränderungen im gesamten Unternehmen voran (Stichwort: Silos aufreißen).

Vom ersten Tag an wird deutlich, dass mein ausgeprägtes Digital-Verständnis, meine Expertise und positive Art der wichtigste Schritt Ihres Unternehmens in Richtung Zukunft darstellt!

Growth Hacker T-Shaped Marketer

... mit holistischem Digital Mindset und sehr breitem Know-how-Portfolio in ausgesprochen großer Tiefe

- Never-give-up Mindset
- Querdenker
- Positive Thinking
- Andere Begeistern und Know-how-Aufbau im Team

PMV-Experte

- Silos aufreißen
- Einführung neuer Tools für kollaboratives Arbeiten
- Agiles Arbeiten (Scrum)

KONTAKT



Adresse
Kaempeweg 9A
25524 Bekmünde



Mobil
(49) 15 25 - 41 90 524



E-Mail
mp@digital-marketing-
expert.de



Geburtsdatum
27.06.1970



Auslandserfahrung

Leben und Arbeiten in einer internationalen Umgebung in Tokio und Yokohama, Japan

SPRACHEN



Deutsch
Muttersprache

Englisch
Verhandlungssicher

Japanisch
Konversationslevel

DIGITAL MARKETING EXPERT

Maike Petersen

Ich biete

Growth Marketing, Digital Marketing, Digital Consultant, Digital Strategie, eCommerce – jeweils auf C-Level – sowie Hands-on Expertise

- End-to-End Strategie
- Lead-Generierung
- Performance Marketing
- Content Marketing
- SEO auf Expertenlevel
- Brand Marketing
- Teamführung
- Sparringspartner der Geschäftsführung

„Unglaublich, was Du in der kurzen Zeit bewegt hast!“

„In die Fußstapfen, die Maike hinterlässt, kann keiner einsteigen! Das, was Sie geleistet hat, ist einmalig. Wenn überhaupt finden wir nur einen Nachfolger, der auf 70-80% kommt...“

„Deine Dynamik und Leidenschaft für das Thema und den Aufbau der agilen Teams haben mich schwer beeindruckt und haben uns wirklich weitergebracht. Ich konnte auch vieles von dir lernen. Danke dafür.“

„Du hast soviel bewegt! Mit Dir sind wir aktuell an einem Stand, den wir in den Jahren seit ich bei SIGEL bin, nie waren. Endlich war jemand da, der digital denkt und lenkt.“

„Keiner hat soviel Digital-Kompetenz wie du und eine solche absolute Koryphäe hier an Bord gehabt zu haben, hat uns und das ganze Unternehmen um Riesenschritte vorangetrieben.“

Erfolgsstory



Head of Marketing (Interim)

Digitale Transformation

PMV

Juni 2019 bis Juni 2020
SIGEL GmbH



32 Teammitglieder



7-stelliges Marketing-Budget





federführend für das Projekt “Digitale Vermarktungsstrategie 2020” bei SIGEL

Dieses Prio A-Projekt ist gleichzeitig Synonym des digitalen Change, in dem sich das komplette Unternehmen SIGEL befindet.

Auf C-Level-Ebene als Sparringspartner der Geschäftsführung die Entscheidung für und die Einführung von Salesforce begleitet sowie die Umsetzung als Schnittstelle zum Digitalen Marketing (Vision, Strategie, Roadmap für Schnittstelle Marketing & Vertrieb) vorangetrieben.

Geschäftsführung in Sachen digitales Mindset und New Work gecoacht

Change auf 75% SEO-Input analog zur entwickelten Digital-Strategie, die im September dem Beirat vorgestellt wurde.

Mittelständisches Unternehmen, dass mit wechselnder Mannschaft und verschiedenen Ansätzen seit vier Jahren versucht, den zukunftsgerechten Weg zu finden, mit einem **BANG!** in Richtung Zukunft katapultiert.

- Offener Austausch mit Führungsebene zu Painpoints und klaren Empfehlungen
- Agieren auf Board-Level für richtungsweisende Schritte
- Direktive Vorgehensweise im Top-Management
- Lenkender Eingriff in strategische und operative Ebene zur Umsetzung der Unternehmensziele

Neuaufstellen des Marketing

- Paradigmenwechsel in der Vorgehensweise
Schnell handeln, testen, ausprobieren
- Data driven Marketing

Treiber für Change im Vertrieb

auf über 80% Digital-initiierten Umsatz

- Vertriebsstrategie
- Vertriebspräsentationen neu konzipieren
- Einführung digitaler Sales Support
- Marketing und Vertrieb rücken sehr eng zusammen und agieren im Schulterschluss

PMV

Silos einreißen: Einführung von Bereichs-übergreifendem Denken und agieren Produkt-Marketing-Vertrieb (PMV)

Head of Marketing (Interim)

Ergebnis

Im Rekordtempo massive Veränderungen im Team Marketing aber auch unternehmensweit durchgesetzt

54 neue Teil-Prozesse zur Lead-Generierung identifiziert

Bestehende Prozesse im Marketing effizienter gestaltet und an Digital-Sales angebunden

enge Zusammenarbeit der einzelnen Bereiche, **Shift des altmodischen Vertriebs** hin zu modernem Digital-Sales, sehr enger Handshake zwischen Marketing und Vertrieb).

radikale Einschnitte in Vorgehensweise und Sortiments-handhabung

Einführung neues Brand Manual und neuer Bildsprache

Erfolgsstory



3 Meilenstein-Strategien Produkt-Marketing-Vertrieb



„Wir möchten dir nochmal sehr herzlich danken. Mit deiner Power, deinem Know-how, deiner Begeisterungsfähigkeit hast du ein starkes Team aus uns gemacht. Ein kleines Dankeschön für unsere DIGITALqueen!

Dein SIGEL Marketing-Team“

Einführung Agiles Arbeiten, 2 OKRs, 15 Sprints
303 Backlog items, 75% Completed
Product Owner, Team-Enabler für Growth Marketing

„Ohne Frage in Sachen Digital Marketing, Strukturen aufsetzen, Know-how-Aufbau, Silos einreißen, Aufbau Agiler Arbeitsweise und Scrum, Prozesse und Vorantreiben des Change hast du etwas ganz Großes geleistet.“





„Das Marketingteam bei SIGEL war durch vorausgegangene Wechsel in Führung und Ausrichtung extrem gebeutelt und deshalb anfangs sehr skeptisch. Maike hat es jedoch als Teamlead schnell geschafft, das Team durch ihre Begeisterung für Digitalthemen mitzureißen und sich gemeinsam auf die Reise des Changes zu begeben.

Wir haben gemeinsam die Ärmel hochgekremgelt, geschuftet, zusammen gelacht und gelernt unsere Ideen durch Visualisierungen besser untereinander abzustimmen. Wir wurden unnachgiebig gefordert unsere Komfortzonen zu verlassen und hatten gleichzeitig viel Freiraum für Nachfragen nach Sinnhaftigkeit und Out-of-the-box-Denken. Altes wurde hinterfragt und unkompliziertes, schnelles Handeln gefördert – das alles hat unser tägliches Tun aber auch die bereichsübergreifende Zusammenarbeit stark verändert.

Maike ist jederzeit als starkes Role Model voraus gegangen und hat uns mit ihrer Leistungsbereitschaft, dem unermüdlichen Einsatz für Customer View und ihrem Pragmatismus für knappe Arbeitsschritte mit maximalem Erfolg durch insgesamt 12 aufregende Monate begleitet. In dieser Zeit sind wir als Team zu Höchstleistungen aufgelaufen, weil wir als Team stark zusammengewachsen sind, aber auch weil wir auf persönlicher Ebene viel gelernt haben. Und Maike hat die Rahmenbedingungen dafür geschaffen!

Mit ihr sind wir an einen Punkt gekommen, an dem wir, in den Jahren seit ich bei SIGEL bin, nie zuvor waren.“

Nicole Dietrich

Senior Website & Communication Manager,
Product Owner Team 2
SIGEL GmbH



„Die Digitale Vermarktungsstrategie 2020 ist eine richtungsweisende Geschäftsmodellentwicklung für SIGEL, welches sich im größten Change der Unternehmensgeschichte befindet. Genau hier kam Maike an Bord, hat einen alten Dampfer für Digitales und für die Königsdisziplin Growth Marketing fit gemacht. Dazu gehörte auch der ganz enge Handshake von Marketing & Vertrieb und das Aufreißen der Silos durch ein engeres Zusammenarbeiten von Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb (PMV). Zusammen haben wir drei maßgebliche Strategien für PMV entwickelt, die die wichtigsten Meilensteine für den Change des Unternehmens darstellen.

Maike hat in ihrer komplexen Sonderrolle als Head of Marketing & als Digitalconsultant & Enabler der Geschäftsführung, Mitglied des Steering Committees und als Product Owner, wie kein anderer den Change mit voller Energie vorangetrieben. Bei diesen Aufgaben hat Maike stets das Verbindende Element (Kundenbedürfnisse, Lead-Generierung, Digitale Weiterentwicklung) gesehen. Denn ihre Stärke ist das holistische Agieren mit losen Strängen (in verschiedenen Bereichen), die sie spielend zusammenführt und für die sie, aufgrund ihres besonderen Führungsstils, die verschiedensten Kollegen aus unterschiedlichen Bereichen zusammenbringt. Sie spürt jedem unnötigen Ablauf auf, um sie anschließend radikal zu vereinfachen. Prozesse wurden im Nu aus dem Nichts gehoben, ganze Prozesslandschaften rund um die digitale Lead-Generierung hat Maike hartnäckig aufgespürt. Aber immer auch das Team gefordert & befähigt, Prozesse mitzugestalten und neue Vorgehensweisen auszuprobieren. Bei Hindernissen findet sie immer einen Weg, der zuvor noch nie gegangen wurde.

Mit ihrem Mut und ihrer Querdenker-Persönlichkeit hat SIGEL den größten Change erlebt und hat einen Quantensprung vollzogen.“

Andrea Korsten

Head of Productmanagement & Innovation
SIGEL GmbH



Content Marketing Strategie

PMV-Einführung

Growth schaffen durch neue Vorgehensweise im Marketing

März 2018 bis Februar 2019
Lampenwelt GmbH



Vom CEO berufen zum wichtigsten Vorhaben in der Firmengeschichte



Direktiv dem Top-Management überstellt und vom CEO mit voller Befugnis ausgestattet



„Wir haben aufgrund der deutlich optimierten Kampagnenplanung und -steuerung den besten Saisonstart und die beste Saison seit Bestehen der Company in der zweiten Jahreshälfte gehabt.

Danke für dein hohes Engagement bei Lampenwelt!

Thomas Rebmann
Geschäftsführer und Gründer
Lampenwelt GmbH

PMV

Neue Vorgehensweise einführen zu einer engen Zusammenarbeit von Produkt-Marketing-Vertrieb (PMV) mit dem Ziel effizientere Prozesse zu erschaffen und massiver Umsatzsteigerung

- Verantwortlich für PMV-Meeting (einmal im Monat)
- Verantwortlich für Zielerreichung
- Enablen des Top-Managements für den Change und neue Content Marketing Strategie
- Enablen der operativen Ebene für den Change
- Einführung neuer Prozesse, inklusive gemeinsamer Prozessfindung mit allen Mitarbeitern und Führungsriege, Umorganisation der Bereiche als Nebeneffekt
- Reporting an Geschäftsführung und Beirat



Content Marketing Strategie – PMV-Einführung

Ergebnis

Umsatz-Uplift erzielt durch neue Vorgehensweise in holistischer Kampagnen-planung und -Auspielung (teilweise plus 85%)

Shift im Content-

Marketing - weg von langweiligem Handelsmarketing hin zu WOW-Erlebnissen der User

Nachhaltig veränderte interne Abläufe geschaffen,

die Länderübergreifend für eine Vereinheitlichung sorgen mit durchgehendem Tracking von Idee, Visual, Shop und Performance

16 neue PMV-Prozesse

- Silos eingerissen
- PMV-Gremium entscheidet gemeinsam über TOPICs und Kampagnen für alle Länder
- Produkt liefert im PMV-Gremium Ideenfeuerwerke und ist ganz stark eingebunden in weitere Abläufe

Radikal vereinfachte Abläufe

Größtmögliche Effizienz der internen Ressourcen

Vermarktungskonzept

Im Laufe des PMV-Projektes wurden Marketing Director, Online Marketing-Leitung ausgetauscht sowie Shopmanagement-Führung neu implementiert - alle Rollen wurden durch mich befähigt und hin zu den Erwartungen des PMV-Anliegens gebracht. **In der Übergangsphase übernahm ich Aufgaben des Marketing Directors**, bis dieser komplett eingearbeitet werden konnte.

Lenkender Eingriff in strategische und operative Ebene zur Umsetzung der Unternehmensziele

Sparringspartner für die Geschäftsführung

- PMV vertreten in Anschlussmeetings und Sicherstellung der Umsetzung PMV
- Erstellung PMV Big Picture und alle Beteiligten entflammen für neue PMV-Denkweise
- Einführung neuer Vorgehensweisen für Kampagnenausspielungen
- Einführung neuer Tools
- Voraussetzungen schaffen für interdisziplinäres und agiles Zusammenarbeiten (direktiv in Topmanagement durchgegriffen und operative Basis durch Aufzeigen der zukünftigen Möglichkeiten, Aufforderung zum Ausprobieren und Einbeziehen in Planungsphase begeistert für mehr Übersicht und Klarheit im internen Vorgehen)
- Content Marketing Strategie
- Ideenfeuerwerke liefern und Mannschaft zu eigenen Ideenfeuerwerken befähigen
- Benchmarks für WOW Content
- Beratung bei Kampagnenplanung, Marketingkalender, Kampagnenrealisation
- Beratung der operativen Ebene bei der Umsetzung von Shop, Newsletter, Grafik, Social, Paid, Kooperationen, Retargeting, Affiliate, PAYBACK



Consultant

Digitale Transformation

September 2018 bis heute
Dr. Ausbüttel



Vom Beirat berufen zur Befähigung
des Unternehmens in der Digitalen
Transformation



Dem Top-Management beratend an die
Seite gestellt



Ergebnis

Das Unternehmensvorhaben **Digitaler Aufbruch** aktiv begleitet und GF, Bereichsleiter als auch operative Ebene befähigt

- **Shift in SEO-Vorgehensweise für Website**
(Agentursteuerung, Bereichsleiter im Schulterschluss beraten, Website-Umbau vorantreiben; Testing-Vorgehensweise implementieren; KPI-Matrix)
- **Launch neues Geschäftsfeld** – Digital-Strategie, Websiteprojekt und Digital Channel gemäß Strategie; damit verbunden ganz neue Vorgehensweise (SEO-getriebene Contentstruktur & Informationsarchitektur) Befähigung des Teams hin zu Digitaler Vorgehensweise, Analyse, Reporting, Channel-Handhabung etc.
- **Digitalisierung des Recruitments**

Regelmäßiger Report an GF und Beirat

Interne Strukturen schaffen als Vorbereitung für Digital 2.0 - Voraussetzungen schaffen für eine Digitale Transformation des gesamten Geschäftsbereiches (Kaufmännisch, Vertrieb, Kundenservice, Marketing, Schnittstellen zu CRM und ERP, Meinungsforen der Zielgruppe, Fortbildungsveranstaltungen der Zielgruppe, Webinar-Einführung, Community-Portal, Wege ebnen für zukunftsfähige Produkte und Geschäftsprozesse)

- Sparringspartner der Geschäftsführung
- Beratung des Leitungskreises
- Big Picture
- Teams für Herausforderungen der Digitalen Transformation befähigen

- Vorbereitung Einführung Webshop
- Know-how-Aufbau
- Agentursteuerung
- Launch EB-Projekt
- Datenarchitektur

- Projektierung der anstehenden Veränderungen für Website, URL-Struktur, SEO, Content-Optimierung, Paid
- KPI-Matrix und Aufbau Reporting bzw. Umbau

- Digital Strategie
- Content Strategie
- Keyword Strategie
- Linkbuilding Strategie
- Personas

- Einführung Social-Kanäle inkl. FB Pixel und FB-Businessmanager
- Aufsetzen des Digital Advertising in Social
- Videostrategie und Vorbereitung Umsetzung Video für Learning Management System (LMS)
- Beratung der operativen Ebene
- Hands-on auf operativer Ebene

Google Search Console
Google AdWords
Typo3, WordPress
XOVI, Ryte, SISTRIX, SEMrush
Contentbird
Facebook
Clever Reach



Consultant

Content Marketing Strategie & SEO-Audit

Q3+4 2018

Molkerei Rucker, Wismar & Aurich



Von Geschäftsführung beauftragt,
Content Marketing in neuer Dimension
zu ermöglichen



GF und Marketing-Abteilung zu
Content Marketing befähigt

RÜCKER

Vorausgegangene Deep Dive Analyse

Auf Basis der gelieferten Zielgruppe, des IST-Stands und der Zielvorgabe Einschätzung der Potenziale als Vorbereitung für Scoping Workshop

Zweitägiger Scoping-Workshop

mit Entscheidern und allen beteiligten Mitarbeitern vor Ort beim Kunden

- IST-Stand bewerten, Potenziale erarbeiten
- Grundlage schaffen für notwendige Steps
- Timeline, Aufgabenverteilung

Online-Marketing Strategie

Als Ergebnis der Deep Dive Analyse Phase und des Scoping-Workshops Definition der übergeordneten Ziele und Rahmenbedingungen

- KPI-Definition
- Customer Journey
- Content Marketing-Strategie und -Optimierung
- Marketing-Mix

Weitere Vorgehensweise

Runterbrechen der Strategie auf konzeptionelle Umsetzung

- Erstellung einer Roadmap: Definition je Channel für strategische Ausrichtung in der Gesamt OM-Strategie, Budgetempfehlung
- Konkrete Arbeitspakete, Ressourcen
- Konkrete Umsetzungs-Empfehlungen für Website, Newsletter, Performance Marketing, SEO, SEA, Content Marketing, Social Media, Digital Advertising
- Einführung Reporting
- Einführung Redaktionsplan
- Neue Vorgehensweise für Newsletter-Planung und Agentursteuerung
- Effizienteres Arbeiten im Marketing
- Empfehlung für OM-Tools
- Schulungen Ihres Inhouse-Teams

SEO-Audit

- Crawling, Analyse, Handlungsempfehlungen
- Einführung der Google Search Console (GSC)
- Page-Speed-Potenziale, URL-Architektur
- Keyword-Konzept, Semantik (Vorschläge für Content)

Ergebnis

GF & Marketing-Team befähigt, Content Marketing erfolgreich zu implementieren

- Komplette neue Vorgehensweise für Website und Online Marketing eingeführt
- Team befähigt und die interne Umsetzung ermöglicht
- Sparrings-Partner für GF bei Meilenstein-Entscheidungen



CMO

Chief Marketing Officer

August 2016 bis Februar 2017
bobbles TV, bubbles media gmbh



14 Teammitglieder



9-stelliges Marketing-Budget



Entwicklung der Strategie aller Online & Offline Marketing-Maßnahmen (80%, 20%) für die europäische Pay TV-Plattform "bobbles.tv", die seit August 2016 on air ist.

- Strukturelle Einführung von internen Prozessabläufen zur Planung, Erstellung und Monitoring des Online Advertising
- Einführung einer komplexen Reporting-Struktur sowie Schulung der Teammitglieder zur Erstellung regelmäßiger Reports
- Zur Umsetzung der Marketing-Maßnahmen nach den Zielvorgaben wurde das Social Media-Team neu aufgestellt, jedes Teammitglied für seine Aufgabe geschult und weiterentwickelt

Budget-Planung, neue Zielgruppen identifizieren (Konzept NCA) sowie Anpassung der im Businessplan festgelegten Zielgruppen-Zahlen in Abgleich mit den modifizierten Strategien und der abgeänderten Zielgruppendefinition

Präsentation vor internationalen Shareholder

- Budget-Verantwortung
- Führung des Marketingteams
- KPI-basierte Analyse und Reporting
- Online Kampagnen
 - Display, Retargeting, GoogleAdWords
 - Facebook-Advertising
- Google Analytics, Monitoring & Reporting
- SEO Strategie (technisch und Content-bezogen)
 - On-Page / Off-Page
 - Google Search Console
 - URL Struktur und href-Attribute
 - Keyword Konzept
- Newsletter (MailChimp, CRM-System Experian Marketing Tool)
- Aufsetzen und Handling der Online Kanäle unter Berücksichtigung der UX, Customer Journey Optimierung
- CMS (custom-made als auch WordPress)
- Externe Agenturen managen





Head of Team Online

März 2015 bis September 2016
Curtius Lütten Werbeagentur



6 Teammitglieder



6-stelliges Marketing-Budget

CURTIUS LÜTTEN

Head of Team Online

Koordinierung aller Online Marketing-Maßnahmen für ECE-Einkaufscenter

Projekt Digital Couponing (Konzept und Realisation)

- Strategie, Konzept, Consulting
- Online Kampagnen
 - Display, Retargeting, Google AdWords
 - Facebook-Advertising
- Social Media
- Google Analytics
- Monitoring & Reporting
- SEO Strategie (technisch und Content-bezogen)
- Keyword Research, Monitoring
- Projektmanagement
- Budget-Verantwortung
- Führung und Entwicklung des Teams Online
- KPI-orientierte Analyse und Reporting
- Schnittstelle für interne Prozesse, IT, Kundenservice und externe Agenturen
- Digital Transformation vorantreiben
- Newsletter (Planung, Multi-Channel-Koordination, Testing, Umsetzung, Auslieferungs-Planung, Analytics)
- Aufsetzen und Handling der Online Kanäle unter Berücksichtigung der UX, Customer Journey Optimierung
- Tracking
- CMS (Typo3, WordPress)
- Jira Ticket-Handling

Strategische Online-Planung, umfangreiche Multi-Channel-Planung

- Strategisch konzeptionelle Vorgehensweise zur Geschäftserweiterung und Gewinnmaximierung
- technische Tests (Release & Live - Testumgebungen), Aufsetzen neuer Websites
- Optimierungen der internen Prozessabläufe sowie Mitarbeiter-Schulung
- Präsentation vor Kunden

Ergebnis

- Ehemals klassische Agentur als Online-kompetenter No.1 Ansprechpartner für ECE Center positioniert
- Neues Businessmodell geschaffen für Online-Produkte
- Online-Kompetenz des Teams aufgebaut
- Bei Bestandskunden extremes Vertrauen in Online-Expertise der Agentur aufgebaut und dadurch Verträge gesichert

CURTIUS LÜTTEN



Online Marketing Lead – Site Merchandiser DACH-Shop

März 2014 bis Mai 2015
Creatrade Holding (Faibels Shop)



3 Teammitglieder



2-fach ausgezeichnet für besondere
Leistungen im Projektmanagement
Im Rahmen Website Relaunch



Online Marketing Lead – Site Merchandiser DACH-Shop

Verantwortlich für drei E-Commerce Shops (DACH) unter Vorgabe der Steigerung der Verkaufszahlen; zuständig für die bestmögliche Produktdarstellung

Teamführung (Grafik, Content Management)

2-fach ausgezeichnet für besondere Leistungen (Projektmanagement) als Durchführende zweier wegweisender Unternehmens-Projekte; besonderen Zuspruch für diese Projektführung gab es von vielen Mitarbeitern aus dem übergeordneten E-Commerce der Holding für die Umsetzung und die zwischenmenschlichen Fähigkeiten in Krisensituation

- Koordination einzelner Fachabteilungen (E-Commerce, Online Marketing, IT, Verkauf, Produkt Management, Kundenservice)
- Verantwortlich für Marketing-Kalender (MAK)
- Projektmanagement, Monitoring & Reporting
- Kampagnen-Planung und Durchführung
- KPI-orientierte Analyse und Reporting (FACT-Finder, etracker, DWH, 360, STEP, Hybris5, empaction)
- Schnittstelle für interne Prozesse, IT, Kundenservice und externe Agenturen
- EMM - Newsletter (Planung, Multi-Channel-Koordination, Testing, Umsetzung, Auslieferungs-Planung, Analytics)
- Pflege & Umstrukturierung Website / UX, Customer Journey Optimierung
- Tracking (etracker)
- CMS (Hybris3 und Hybris5)
- Jira Ticket-Handling
- Social Media

Managen und zusammenfassen von Data Warehouse, Google Analytics und Drittanbieter-Daten, enge Zusammenarbeit mit der BI

2 Mal Führung des Testing Teams (10 Personen)

Website Oberfläche

- Navigation und Sorting
- Recommendation Engine
- Shop-Oberfläche, Check out
- UX und Customer Journey
- Kategoriebaum
- Slider auf der Startseite (Produkt-Zuweisung aufgrund Data Base-Auswertung)





Weitere Jobs

Diverse Projekte als Selbständige
DIGITAL Marketing Expert
03/2012 bis heute

Consultant
Sparrings-Partner
Strategie & Hands-on
Growth Marketing
Performance Marketing
SEO-Audit
Website-Relaunch
Digitales Projektmanagement
Enablen von GF und Marketing-Team
u.v.m.

VORSTANDSMITGLIED

Stiftung DSTY - Yokohama, Japan
10/2010 bis 03/2012
Disziplinarische Führungsverantwortung
für 75 Mitarbeiter
Neunstellige Budgetverantwortung

MARKETING DIREKTOR

SJSK K.K. - Yokohama, Japan
10/2010 bis 03/2012

Selbständig

m@i Kommunikations-Design

08/1996 bis 07/2009

Full-Service-Büro mit Schwerpunkt auf
hochwertigem Design als ausgelagerte
Marketingabteilung für kleine und mittlere
Unternehmen

Projektmanagement
Corporate Design, Communication,
Content, SEO, Website-Entwicklung
Analytics, Strategie, Planung

