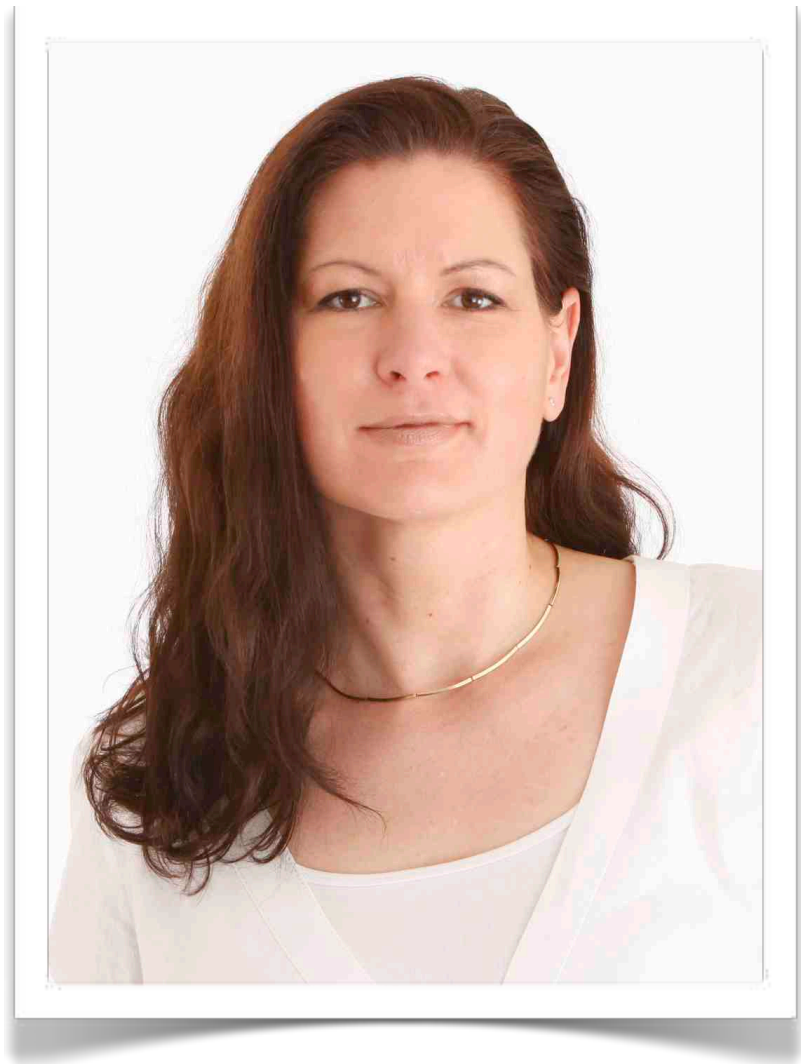


Caren Widder
Interim Projektmanager und Consultant
Marketing



It's not about 9 to 5 - it's about results.

Erfstr. 22 | 40219 Düsseldorf | E caren@carenwidder.de | T 0151 61 48 33 75

Leistungsspektrum

Projektleitung und -management

Projektplanung, Steuerung von interdisziplinären Projektteams, Ressourcenmanagement, Koordination von Konzept, Kreation und Technik, Kalkulation, finanzielle Steuerung

Werbung und Kampagnenmanagement (Klassik und Digital)

Planung, -durchführung und -kontrolle von Omni-Channel-Marketingkampagnen: Definition von Kampagnenzielen und Zielgruppen, Erstellung von Briefings, Budgetplanung und -überwachung, Steuerung von Agenturen, Druckereien, Programmierern und anderen externen Dienstleistern, Analyse, Reporting

Online- und Mobile-Marketing

Cross-Channel-Marketing, Customer Journey, Online- und Mobile-Trends, Mobile Marketing Konzepte, App-Usability, Display, Webkonzeption und Usability, Webdesign, Website-Reporting, Kampagnen-Tracking, SEO, SEA

Social-Media-Marketing

Plattformübergreifender vernetzter Einsatz sozialer Kommunikationskanäle als strategisches Kommunikationsinstrument

Corporate Design und Corporate Identity

Entwicklung und Implementierung von Corporate Designs: Analyse, Strategie, Briefing, Definition von CD-Trägern, Erstellung von Ausschreibungen, Lieferantenauswahl, Produktionsbegleitung; Beratung von Auftraggebern und Agenturen zum anwendungsbezogenen und praxistauglichen Umgang mit Corporate Design

Brandmanagement

Branding, Optimierung von Unternehmens- und Markenauftritten im Sinne eines ganzheitlichen Brandmanagements

Mediaplanung

Mediaplanung Online und Mobile

Strategische Kommunikation

Erstellung von Kommunikationskonzepten, Entwicklung von Markteinführungsstrategien und kommunikative Begleitung von Produktlaunches

Prozessmanagement

Analyse und Optimierung des operativen Marketing-Workflows

Einkauf und Produktion

Einkauf von digitalen, Print- und 3D-Kommunikationsmitteln und Dienstleistungen, technische Produktionsbegleitung und Qualitätskontrolle, Trafficmanagement

Meine Arbeitsweise

Ganzheitlich

Durch mein vielseitiges Portfolio bin ich in der Lage, vernetzt zu denken und ganzheitliche crossmediale Marketingstrategien zu entwickeln und die operative Umsetzung zu steuern.

Praxistauglich

Durch meine ausgeprägte Hands-On-Mentalität und mein umfangreiches technisches Know-How weiss ich, wo im Alltag die Stolpersteine liegen. Meine Strategien sind darum praxistauglich umsetzbar.

Kosten-Nutzen-orientiert

Ich lege großes Augenmerk auf Wirtschaftlichkeit. Eine ganzheitliche Kosten-Nutzen-Betrachtung ist für mich essentiell.

Two in one - Aktive Projektarbeit und Beratung aus einer Hand

Ich leite Projekte und Sorge aktiv für deren Fortgang. Während der aktiven Mitarbeit schaue ich auch hinter die Kulissen. Ich analysiere bestehende Prozesse „on the job“ und hinterfrage diese kritisch. Das Ergebnis ist Projektleitung und Marketingberatung aus einer Hand.

Zukunfts- und trendorientiert

Mich interessiert, was übermorgen passiert. Das digitale und insbesondere das mobile Marketing unterliegt einem enormen und ständigen Wandel. Ich schaue über den Tellerrand und beziehe innovative Kommunikationstechnologien in meinen Kommunikationsmix mit ein.

Einsatzmöglichkeiten in Unternehmen

Als Projektmanager oder freier Mitarbeiter

- Einbindung ins operative Tagesgeschäft als freier Marketingmitarbeiter
- Einbindung in Projektarbeit als Projektmanager und Projektleiter
- Überbrückung kurzfristiger Engpässe, z.B. im Accountmanagement
- Begleitung von Changeprozessen im Marketing inklusive Auswahl und Steuerung geeigneter ergänzender Dienstleister

Als strategischer Berater

- Erarbeitung von Marketing- und Kommunikationsstrategien
- Erstellung von Marketingkommunikations- und Marketingbudgetplänen
- Erarbeitung zielgruppengerechter Produkt- & Leistungsdarstellungen
- Beratung und Begleitung bei Changeprozessen im Marketing
- Erarbeitung strategischer Positionierungen und deren konsequente Umsetzung
- Marketingstrategische Gründungsberatung für Start-ups

Berufserfahrung und Netzwerk

Berufserfahrung

- 22 Jahre Berufserfahrung auf Unternehmens- und Agenturseite
- 10 Jahre Marketing Erfahrung, strategisch und operativ, online und offline
- 7 Jahre Agenturerfahrung

Netzwerk

- Seit über 10 Jahren Zusammenarbeit mit zahlreichen branchenspezifischen Dienstleistern wie Grafikern, Designern, Konzeptionern, Programmierern, Druckereien, Vermarktern, Publishern
- Zusammenarbeit mit namhaften Werbe-, Design- und Mediaagenturen wie Jung von Matt, Scholz&Friends, Initiative Media, Zenith Optimedia usw.
- Eingebunden in ein Netzwerk von Dienstleistern aus den Bereichen Online-, Mobile- und Social-Marketing, wie z.B. Mobile Business Development, E-Commerce, Webkonzeption, Online-PR, Social-Media-Marketing usw.

Relevante berufliche Stationen

Seit 07/2014	Freiberuflicher Interim Projektmanager und Consultant Marketing
06/2012 - 06/2014	Marketing Manager für Handelsblatt und WirtschaftsWoche, Schwerpunkt Online/Mobile (Handelsblatt GmbH, handelsblatt.com, wiwo.de)
05/2008 - 06/2012	Berater und Projektmanager 3D und Print für u.a. Univé, Deloitte, niederländische Regierung, Heineken, Suzuki, Toyota (NykampNyboer bv, nykampnyboer.com, internationale Unternehmensberatung für Brandmanagement und visuelle Kommunikation, Niederlande)
04/2002 - 07/2005	Produktionsleitung Print und Produktentwicklung im Bereich gesundheitspolitische Kommunikation für B2B-Kunden wie Ärzte, Politik, Verbände, im Auftrag des AOK Bundesverbandes, der Landes AOKs und diverser Klinikgruppen (KomPart Verlag und Kommunikationsagentur GmbH & Co. KG, kompart.de)

Ausbildung und Studium

2013 - 2014	Online-Marketing-Manager (IHK) (berufsbegleitend), Studieninstitut für Kommunikation, Düsseldorf
2000 - 2004	Betriebswirt Fachrichtung Marketing-Kommunikation (berufsbegleitend), Westdeutsche Akademie für Kommunikation (WAK), Köln
1992 - 1994	Ausbildung zur Industriekauffrau, Hamburger Gaswerke GmbH, Hamburg
1992	Abitur, Immanuel-Kant-Gymnasium, Neumünster

Zusatzqualifikationen und Sprachen

Zusatzqualifikationen

2014	Social Media Manager (IHK)
2014	Google Analytics Individual Qualification
2009/2014	Prince2 Foundation (Projects in Controlled Environments)
2014	Einführung in WordPress
2014	Suchmaschinenorientiertes Schreiben
2014	Social Media Vertriebs- und Marketingstrategien b2b und b2c
2009	Seminar „Gut wahrnehmen, richtig interpretieren und effektiv kommunizieren“
2004/2005	Niederländisch für Deutschsprachige - Niveau Anfänger, Fortgeschrittene und weit Fortgeschrittene, Goethe-Institut Amsterdam
2005	Conversation and Business English, Wallstreet Institute, Bonn

Sicherer Umgang mit MS Office.

Sprachen

Deutsch	Muttersprache
Niederländisch	verhandlungssicher
Englisch	sehr gut
Französisch	Grundkenntnisse

Persönliches Profil

- Frisches Nordlicht mit rheinischer Lebensfreude,
- geboren 12. August 1972 in Neumünster, ledig,
- Hands-On-Mentalität gepaart mit strategischer Denke,
- kreativ, kommunikationsstark, begeisterungsfähig, Teamplayer,
- vorausschauende, unternehmerische, vernetzte und analytische Denkweise,
- systematisch, logisch, kritisch, zielstrebig

Einsatzgebiet

- Deutschland (bundesweit)
- Deutschsprachige Schweiz

Projektbeispiele

seit 09/2014

Futurecandy, Hamburg
Innovationsberatung, Trendforschung, Mobile Geschäftsfeldentwicklung
futurecandy.com

Rolle: Strategischer Berater, Projektmanager

Aufgabe: Entwicklung und Umsetzung einer ganzheitlichen Online-Marketingstrategie zur Erschließung neuer Vertriebspotenziale sowie Relaunch der bestehenden Website

- Ist-Analyse inkl. Markt- und Wettbewerbsbetrachtung
- Erarbeitung von Alleinstellungsmerkmal, Positionierung und Ableiten der strategischen Stoßrichtung
- Erarbeitung von Marketing- und Kommunikationszielen
- Erarbeitung eines digitalen Kurz-, Mittel- und Langfrist-Kommunikationskonzeptes
- Operative Projektplanung und -leitung
- Ableitung von digitalen Kommunikationskanälen und -maßnahmen und operative Umsetzung (u.a. E-Mailing, SEA, Social Media)
- Relaunch der Website (Optimierung nach SEO- und Usabilitygesichtspunkten)

06/2012 - 06/2014

Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf
Medienproduktion
handelsblatt.com, wiwo.de

08/2013 - 01/2014

Rolle: Projektleiter

Aufgabe: Entwicklung und Implementierung neuer Corporate Designs für die Marken Handelsblatt, WirtschaftsWoche und Verlagsgruppe Handelsblatt

- Projektplanung und -steuerung, inkl. Agentursteuerung
- Entwicklung einer ganzheitlichen Designkonzeption (gemeinsam mit der Leadagentur) unter Einbeziehung marketingstrategischer Aspekte
- Ermittlung und Berücksichtigung von Optimierungspotenzial unter betriebswirtschaftlichen Aspekten
- Roll-Out-Planung
- Entwicklung eines digitalen Styleguides

10/2013

Rolle: Projektleiter, Strategist

Aufgabe: Kampagnen-, Budget- und Maßnahmenplanung klassisches Marketing (Online und Offline) Handelsblatt 2014

06/2012 - 01/2014

Rolle: Projektmanager

Aufgabe: Planung, -durchführung und -kontrolle von crossmedialen Marketingkampagnen zur Vermarktung der Titel Handelsblatt und WirtschaftsWoche sowie deren digitaler Extensions Handelsblatt Live App und WirtschaftsWoche App (News-Apps im Premiumsegment)

- Definition von Kampagnenzielen und Zielgruppen
- Erstellung von Briefings

- Steuerung von Agenturen, Publishern, Programmierern und grafischen Dienstleistern
 - Online- und Mobile-Mediaplanung
 - Budgetplanung und -überwachung
 - Analyse, Monitoring, Reporting
- 06/2012 - 07/2013
- Rolle: Berater und Projektmanager
Aufgabe: Relaunch der Qualitätsiegel von Handelsblatt und WirtschaftsWoche zur Vermarktung im B2B-Bereich
- Definition von Vertriebszielen und Einsatzzwecken
 - Begleitung des Designprozesses und Beratung der auftraggebenden Fachabteilung hinsichtlich Marketing- und Vertriebsaspekten
 - Beratung hinsichtlich Praxistauglichkeit (optische Anmutung, drucktechnische Umsetzbarkeit)
- 05/2008 - 06/2012
- NykampNyboer bv, Amsterdam/Oldenzaal (Niederlande)**
Internationale Agentur und Unternehmensberatung für Brandmanagement und visuelle Kommunikation
nykampnyboer.com
- 10/2011 - 06/2012
- Rolle: Teilprojektleitung
Aufgabe: Begleitung Fusion und Rebranding der Pflegedienstanbieter Carint und Reggeland im Bereich 3D
- Projektplanung, -budgetierung und -steuerung
 - Entwicklung und Implementierung von 3D-Corporate Design-Trägern (Lichtreklamen, Leuchtsäulen, Fahnen, Banner usw.) in über 50 Niederlassungen im Sinne einer ganzheitlichen Markenführung
 - Kundenberatung, Produktions- und Montagebegleitung
- 03/2009
- Rolle: Consultant
Aufgabe: Beratung bei der drucktechnischen Umsetzbarkeit des neuen Corporate Designs der Privatbank Van Lanschot
- Beurteilung des neuen Corporate Designs unter Kosten-Nutzen-Gesichtspunkten
 - Erstellung verschiedener Szenarien hinsichtlich Produktionskosten und technischer Umsetzbarkeit auf Basis unterschiedlicher Designkonzepte
- 10/2008 - 02/2009
- Rolle: Projektmanager, Consultant
Aufgabe: Begleitung von Fusion und Rebranding der Versicherungen VGZ, Trias und Univé auf dem Gebiet Print als Projektmanager und Berater
- Situationsanalyse, Erarbeitung verschiedener Szenarien
 - Beratung hinsichtlich geeigneter CD-Träger, Optimierung unter Kommunikations- und Kosten-/Nutzen-Gesichtspunkten
 - Erstellung von Ausschreibungen, Lieferantenauswahl, Produktionsbegleitung, finanzielle Steuerung

- 09/2008 - 10/2008
Rolle: Business Analyst, Consultant
Aufgabe: Workflowanalyse der internen Herstellungsabteilung im Ministerium für Bildung, Kultur und Wissenschaft (OCW Onderwijs, Cultuur en Wetenschap)
- Analyse des bestehenden Workflows im Printmanagement
 - Erstellung eines Optimierungskonzeptes unter Einbeziehung der Schnittstellen zu internen Auftraggebern und externen Lieferanten
- 04/2002 - 07/2005
KomPart Verlag und Kommunikationsagentur GmbH & Co. KG, Bonn
Verlag, Kommunikations- und PR-Agentur
kompart.de
- 04/2004 - 07/2004
Rolle: Strategischer Berater, Business Developer
Aufgabe: Entwicklung eines crossmedialen Kommunikationskonzeptes für die Firma KomPart (AOK Tochter) zur Gewinnung neuer Auftraggeber außerhalb der AOK
- 04/2002 - 02/2003
Rolle: Projektmanager, Teamassistentz
Aufgabe: Mitarbeiterkommunikation - administrative, organisatorische und kommunikative Begleitung der Einführung von SAP auf allen 65.000 Computerarbeitsplätzen bei der AOK
- 06/2003 - 08/2003
Gerolsteiner Brunnen GmbH und Co., Gerolstein
Hersteller/Abfüller von Mineralwasser
gerolsteiner.de
- 06/2003 - 08/2003
Rolle: Strategischer Berater, Business Developer
Aufgabe: Entwicklung eines crossmedialen Kommunikationskonzeptes für die Marke GEROLSTEINER anlässlich der erstmaligen Teilnahme des Team Gerolsteiner bei der Tour de France für die Firma Gerolsteiner Brunnen GmbH und Co.