

PROJEKTE B2C (AUSZUG)

BRANCHEN: FMCG, Handel, Automotive, Telekommunikation, Mode

Avantgarde (2005 – 2008)

Phillip Morris:

Planung und Durchführung von Promotion- und Gewinnspielmaßnahmen am POS und in Gastronomiebetrieben anlässlich der Markteinführung der Marken „*Marlboro Blend 29*“ und „*L&M Blue*“ auf dem deutschen und österreichischen Markt

- Planung, Organisation und Durchführung der Schulungsmaßnahmen
- Steuerung der Promotion-Teams
- Entwicklung des Tourenplans
- Überwachung Produktion der Spiel- und Promotionmechanik

Entwicklung von performance-orientierten Microsites zur Generierung qualifizierter Kontakte:

- Entwicklung online-basierter Gewinnspielmechaniken
- 26.500 generierte Leads durch gezielte Banner- und Displaykampagnen (SEA) im Rahmen des Media-Mix (Aktionszeitraum: 6 Wochen)

Mastercard:

250.000 generierte qualitative Markenkontakte im Zuge der Umsetzung nationaler Marketing- und Kommunikations-Maßnahmen zur FIFA Fußball-WM 2006

- Promotionmaßnahmen im Stadionumfeld und auf Fanmeilen
- Planung und Betreuung der Hospitality-Area
- Planung und Durchführung von VIP-Events

Entwicklung begleitender Online-Maßnahmen zur Generierung von Neukunden für die MasterCard Classic:

- SEO / SEA Kampagnen
- 3.200 generierte Neu-Abschlüsse im Aktionszeitraum von 6 Wochen

Vodafone:

90.000 generierte Kontakte am POS durch die Entwicklung und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen innerhalb des UEFA Champions League Sponsorings

- Promotionmaßnahmen im Stadionumfeld
- Planung und Betreuung der Hospitality-Area
- VIP-Management & Guesthandling

Entwicklung und Umsetzung begleitender Online-Maßnahmen zur Steigerung der Abschlussraten im Bereich DSL

- SEO / SEA Kampagnen
- 3.200 generierte Neu-Abschlüsse im Aktionszeitraum von 6 Wochen

Audi:

3.200 generierte qualitative Markenkontakte durch Promotionmaßnahmen im Zuge der Durchführung von bundesweiten Händlererevents zur Einführung neuer Fahrzeugtypen

- 4 bundesweite Veranstaltungen (Hamburg, Frankfurt, Köln, München)
- 400 geladene Händler pro Veranstaltung
- Durchführung von Gewinnspielen
- Guesthandling & Hostessen-Management

- Entwicklung einer begleitenden Microsite zur Generierung qualifizierter Händlerkontakte
- Entwicklung gezielter Lead-Qualifizierungsmaßnahmen im Rahmen des Einladungs-Managements

Audi:

Entwicklung und Umsetzung des Gesamtkonzepts (Guest-Handling, Fahrdienst, Event-Management) zur Betreuung der Audi-Fahrdienstflotte im Zuge des Kultur-Sponsorings der Salzburger Opernfestspiele

- Koordination des Fahrzeugmanagements
- Entwicklung der individuellen Tour- und Fahrtpläne
- Auswahl, Steuerung, Schulung und Betreuung von 80 Fahrern & 30 Hostessen
- Betreuung der Sponsoren
- Entwicklung des Gesamtkonzepts zur VIP-Veranstaltung „Audi Night“

Casio:

8% bzw. 21% p.a. durchschnittliche, kanalbezogene Umsatzsteigerungen in den Bereichen Digitalkameras und Taschenrechner durch die Entwicklung und Umsetzung von Shop-in-Shop Konzepten im Bereich Digitalkameras für die Marke CASIO im Saturn Hamburg bzw. Berlin

- Entwicklung von themenbezogenen Promotionmaßnahmen auf den Eventflächen
- Planung, Organisation und Durchführung der Schulungsmaßnahmen
- Planung und Implementierung des Gesamtkonzeptes
- Entwicklung und Steuerung der Arbeitspläne
- Steuerung der freiberuflichen Promotoren

Condé Nast Verlag:

22% Steigerungsrate bei Abonnentenzahlen in 2009 mit Hilfe der Durchführung einer exklusiven Glamour-Clubtour zur Erhöhung der Markenbekanntheit und Steigerung der Abonnentenzahlen

- 4 bundesweite Veranstaltungen: Hamburg, Düsseldorf, Leipzig, München
- Recherche und Auswahl der Locations
- Entwicklung des Club-Konzeptes sowie der Promotionmaßnahmen
- Planung, Organisation und Durchführung der Veranstaltungen
- Steuerung der Hostessen und Promotoren
- Steuerung der Kooperationspartner

Entwicklung einer aktionsbegleitenden Microsite zur Lead-Generierung:

- 44.000 generierte Kontakte
- Aktionszeitraum: 2 Monate

Mango/Glamour:

Planung, Organisation und Durchführung von Modehaus-Events in den Filialen Frankfurt, Düsseldorf und Hamburg im Zuge der Glamour-Shopping-Night

- Planung, Organisation und Durchführung der Veranstaltungen
- Steuerung der Hostessen und Promotoren
- Steuerung der Kooperationspartner

Entwicklung einer aktionsbegleitenden Microsite inkl. Schaltungen von Display Kampagnen zur Lead-Generierung:

- 12.000 generierte Kontakte
- Aktionszeitraum: 2 Wochen

Peek & Cloppenburg:

12% jährliches kundenbezogenes Umsatzwachstum durch die Entwicklung und Umsetzung von exklusiven Modehausevents für Peek & Cloppenburg

- Planung und Entwicklung der Veranstaltungs-Konzepte
- Entwicklung von Promotion-Modulen
- Schulung, Steuerung und Betreuung der Hostessen und Promotoren
- 11 Neu- oder Umbauprojekte in Deutschland
- 6 internationale Hauseröffnungen(Warschau, Breslau, Danzig, Maribor, Budapest, Bratislava)
- 2 Kino-Events für geladene Gäste und VIP's im P&C- Weltstadthaus Köln
- Betreuung der Express-Kassen im Haus Düsseldorf

Entwicklung begleitender SEA Maßnahmen zur Gewinnung von Kundendaten:

- Microsites mit exklusiven Vergünstigungen (Coupons / Gutscheine) bei online-basierter Vorregistrierung
- Schaltung von SEO / SEA Kampagnen zur Generierung von Traffic für die Aktions-Microsites
- Durchschnittlich 450 Vorregistrierungen pro Veranstaltung

Eni Deutschland (2008 – 2012)

Neupositionierung und Etablierung der Marke Eni

- Durchführung umfangreicher Marktforschungen zur Bestimmung des aktuellen Markenverständnisses in den Bereichen B2B & B2C
- Erstellung eines internen Markenhandbuchs zur klaren Positionierung der Marke Eni im deutschen Markt
- Ableitung von Handlungsstrategien und Durchführung entsprechender Kommunikationsmaßnahmen

40% Kostenreduktion im Zuge von Auswahlprozessen für ext. Dienstleister

- Durchgeführte Ausschreibungen: Werbeagenturen, Druckerei / Mediaagentur, Werbemittelhersteller, Marktforschungsinstitute, Eventagenturen, Messebau- und Logistik
 - Erstellung von Leistungsverzeichnissen zur genauen Spezifikation von Produkten oder Dienstleistungen im Bereich Werbung & Kommunikation
 - Neu- und Restrukturierung von internen Arbeitsprozessen zur Optimierung der Kommunikation und Ermittlung von möglichen Synergiepotenzialen
 - Ermittlung möglicher Anbieter bzw. Dienstleister und Durchführung der Ausschreibungen in strategischer Abstimmung mit der Abteilung Einkauf
- **200% Steigerung der Besucherzahlen durch die Neukonzeptionierung der Unternehmenshomepages**
 - Einführung eines neuen CMS-Systems zur Entwicklung einer europaweit einheitlichen Homepagestruktur
 - SEO / SEA: Entwicklung und Einführung von neuen Online Kommunikations- und Werbeformen zur Optimierung der direkten Kundenansprache
 - Entwicklung von Newslettern, Gewinnspielen und sonstigen CRM-Maßnahmen im Bereich Online
 - 3.500 generierte Neukontakte p.a. im Bereich Agipini-Kundenbindungsprogramm
 - **Verantwortung für die Konzeption, Planung und Durchführung von Marktanalysen**
 - *Marke*: Markenverständnis B2B & B2C, Brand Behaviour
 - POS: Mystery Shopping, Bedürfnisse Stationsunternehmer
 - Endkunden: Kundenzufriedenheit Produkte & Dienstleistungen, Analysen zur Ermittlung von Kundenbedürfnissen in Kundenbindungsprogrammen (Fokusgruppen)
 - Werbung: Werbewirkung (Ads, Funkspots, Claims)
 - **Entwicklung und Betreuung webbasierter Tools zur Optimierung interner Kommunikations- und Produktionsprozesse**
 - Einführung der Web-to-Print Technologie im Bereich Werbemittel
 - Einführung eines länderübergreifenden Online-Shops für Werbeatikel und Give-Aways
 - SEO / SEA: Entwicklung gezielter Maßnahmen zur Umsatzsteigerung bestimmter Produktbereiche für den POS
 - Einführung von Online-Handbüchern im Bereich Retail

- **4% p.a. durchschnittliche Umsatzsteigerung im Bereich POS**
 - Entwicklung von 360-Grad Werbestrategien für einzelne Shopartikel oder Sortimente
 - Entwicklung saisonaler Promotion-Kampagnen
 - Entwicklung eines neuen POS-Service-Konzeptes: Auszeichnung als „Bester Tankstellen-Shop 2010“ durch das Deutsche Institut für Service-Qualität
 - Auszeichnung „BCP Award in Silber“ anlässlich der Neupositionierung des internen Kundenmagazins „ilmondo“
 - Neuerstellung Redaktionskonzept und Gestaltungsrichtlinien

PROJEKTE B2B (AUSZUG)

BRANCHEN: SaaS Software & Cloud-IT-Technologie

OINIO (2013 – 2015)

- Relaunch der Unternehmenshomepage inkl. Integration moderner Dialogmaßnahmen für segmentierte Zielgruppen im B2B-Bereich
- Integration einer Marketing-Automation Dialog-Software (Marketo) zur Generierung und Qualifizierung von Neukunden (C-Level)
- Entwicklung performance-orientierter Microsites zur Kontaktgenerierung- und qualifizierung im Bereich Messen & Events
- Programmierung automatisierter Kontaktstrecken zur Durchführung von Lead-Nurturing und Lead-Scoring Maßnahmen
- Automatisierte Weiterleitung qualifizierter Marketing-Kontakte im Schnittstellen-Management zum Vertrieb innerhalb des Salesforce.com CRM-Umfelds
- Umsetzung begleitender SEO / SEA Maßnahmen im Rahmen der Durchführung von High-Level-Events im Salesforce.com Umfeld

WACKER NEUSON SE (2015 – 2016)

- Einführung & Weiterentwicklung digitaler Kommunikations-Kanäle (E-Mail / Newsletter)
- Entwicklung und Umsetzung von Dialog-Marketing-Maßnahmen im Bereich E-Mail
- Einführung kampagnen-basierter Microsites zur Generierung von Neukunden für segmentierter Zielgruppen:
 - Garten- und Landschaftsbau
 - Hoch- und Tiefbau
 - Gleisbau
 - Kommunen
- Umsetzung gezielter SEO Maßnahmen zur Optimierung der Auffindbarkeit von WN-Produkten innerhalb der Region EMENA
- Entwicklung und Umsetzung kampagnen-begleitender SEA Maßnahmen im Rahmen des Media-Mix innerhalb der Region EMENA
- Implementierung technischer Schnittstellen im Bereich Dialogmarketing / CRM zur Optimierung der Customer Journey definierter Zielgruppen