

Digital-Marketing-Specialist (m./w.)

BERUFSBESCHREIBUNG

Der Aufgabenbereich von Digital-Marketing-Specialists (m./w.) umfasst die Entwicklung und Optimierung von Online- und Social Media Marketing-Konzepten zur Kundenbindung und Neukundengewinnung.

Digital-Marketing-Specialists (m./w.) vermarkten Unternehmen und Organisationen im Internet und andere digitale Kanäle. Sie untersuchen das Verhalten von NutzerInnen im Internet und entwickeln auf dieser Grundlage Strategien, um ein Unternehmen, etwa durch die Präsenz im Social Web, Banner- und E-Mail-Werbung und E-Commerce auf unterschiedlichen digitalen Kanälen zu präsentieren. Sie erstellen Marketing-Konzepte und planen deren Umsetzung, recherchieren Marktdaten und Statistiken, besprechen sich mit Kolleginnen und Kollegen und arbeiten Designs für den Unternehmensauftritt in digitalen Medien und für Apps aus. Je nach Projekt und Aufgabenstellung werden entsprechende Teams gebildet, die in der Regel eng mit Software-EntwicklerInnen und DesignerInnen zusammenarbeiten. Wichtig ist auch der laufende Austausch mit den Kundinnen und Kunden, um die speziellen Kundenbedürfnisse genau zu kennen und zu verstehen.

Ausbildung

Für den Beruf Digital-Marketing-Specialist (m./w.) ist in der Regel ein abgeschlossenes Universitäts- oder Fachhochschulstudium z. B. in Marketing, Werbung oder Public Relations mit entsprechender Ausrichtung auf digitale Anwendungen erforderlich. Auch kaufmännische schulische Ausbildungen mit Schwerpunktsetzung im kreativen, digitalen Bereich und Marketing und Ausbildungen in der IT können einen Zugang zu diesem Beruf eröffnen.

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- Online- und Social-Media-Marketing-Konzepten zur Kundenbindung und Neukundengewinnung entwickeln und optimieren
- Inhalte (Content) eigenständig planen und erstellen
- Anwendungen und Inhalte auf unternehmens-eigenen Online-Plattformen integrieren
- Social Web-Auftritt entwickeln und betreuen
- Internetnutzung von Kundinnen/Kunden und Zielgruppen analysieren
- E-Commerce und Online-Shops entwickeln und betreuen
- SEO-/SEA-Maßnahmen (SEO = search engine optimization = Suchmaschinenoptimierung; SEA = search engine advertising = Suchmaschinenmarketing) sowie des digitalen Lead-Management entwickeln und optimieren
- Performance-Analyse aller Kanäle inkl. Reporting und Optimierung der digitalen Präsenz durchführen
- Support- und Schnittstellenfunktion zu Anwendern und IT
- Kosten und Nutzen von Digital Marketing-Maßnahmen kalkulieren, Budgets und Kosten planen und kontrollieren

Anforderungen

- gutes Sehvermögen (viel Lesen bzw. Arbeiten am Computer)
- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- gestalterische Fähigkeit
- kaufmännisches Verständnis
- Präsentationsfähigkeit
- schriftliches Ausdrucksvermögen
- wirtschaftliches Verständnis
- Argumentationsfähigkeit / Überzeugungs-fähigkeit
- Aufgeschlossenheit
- Einfühlungsvermögen
- interkulturelle Kompetenz
- Kommunikationsfähigkeit
- Kritikfähigkeit
- Kundinnen- / Kundenorientierung
- Aufmerksamkeit
- Belastbarkeit / Resilienz
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungs-fähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Rechtsbewusstsein
- Selbstorganisation
- Spontanität
- Zielstrebigkeit