

Werbung und Marktkommunikation - Wien

Markenstrategie

Tätigkeitsprofil von Marketing Planner

Gewerbewortlaut entsprechend der Bundeseinheitlichen Liste der freien Gewerbe: **Werbeagentur, Public Relations-Berater**

Alternative Bezeichnungen

Strategic Planner, Brand Planner, Marketing Planner, Connection Planner, Creative Planner

Definition

Markenstrategen entwickeln in einer interdisziplinären Vorgangsweise, auf Insights basierende Rahmenkonzepte und Szenarien inklusive einer strategischen Kernidee, um Unternehmen in der Erreichung der definierten Kommunikations-, Marketing- und Businessziele zu unterstützen. Dabei entwerfen sie neue Sichtweisen und geben Handlungsempfehlungen. Sie beraten in der Markenführung, um nachhaltigen Markenwert zu schaffen und zeigen auf, wie relevante Zielgruppen effektiv und effizient erreicht werden.

Haupttätigkeiten

Strategieentwicklung

- Erstellen diverser Analysen zur Definition der Ist-Situation (Wettbewerb, Trends, Markt, Umfeld)
- Darstellung von strategischen Herausforderungen und Chancen
- Erarbeiten von Insight
- Erhebung, Analyse und Interpretation von Konsumentenbedürfnissen und -verhalten
- Segmentierung und Darstellung von Zielgruppenprofilen; Stakeholder-Analyse
- Analyse von Touchpoints und Customer Journeys zur Entwicklung einer Kampagnenstrategie
- Kombinieren von Marktdaten, qualitativen Marktforschungsergebnissen, Produkt/Service- und Markenwissen sowie Trendstudien mit seinem umfassenden Know How für Konsumenten und Kommunikation
- Ausarbeitung und Darstellung der Strategie in Präsentations- oder Berichtsform

Markenstrategie und Markenführung

- Entwicklung von Markenplattformen (Identität, Positionierung)
- Evaluierung oder Entwicklung von Markenarchitekturen und Produktportfolio-Strategie

Begleitung Kreativprozess

- Erarbeitung von Creative Briefs als Basis für kreative Umsetzungen und die Entwicklung von Kommunikationslösungen
- Sparring Partner und Impulsgeber für Kreativ- und Umsetzungsteam
- Evaluierung kreativer Konzepte, Umsetzungsideen auf strategische Richtigkeit: „on strategy“

Beratung

- Begleitung in der Strategie-Implementierung
- Beratung in Innovations- und Changeprozessen
- Beratung in der Produkt-Politik
- Begleitung quantitativer/qualitativer Marktforschungsprojekte (Vorbereitung, eventuell Durchführung, Analyse sowie Interpretation von

Ergebnissen)

- Planung und Durchführung von Markenworkshops

Nebentätigkeiten

- Begleitung und Auswertung von Pre- und Post-Tests
- Beratung in der Erfolgsmessung von Brand Trackings, Kampagnen, Promotions, Initiative

Reihung der Leistungsfelder		
(1., 2. und 3. nach Bedeutung im jeweiligen Berufsbild)		
1. Beratung & Planung	2. Umsetzung	3. Kreation & Design

Stand: 03.12.2019