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

BERUFSBESCHREIBUNG

Digital Marketing Specialists (m./w./d.) sind mit Aufgaben und Tätigkeiten des Online- und Social Media Marketings von Unternehmen befasst. Sie sorgen für einen professionellen Auftritt und eine gute Sichtbarkeit des Unternehmens, seiner Marken, Produkte und Dienstleistungen in den digitalen und sozialen Medien. Ziel ist die Bindung von Kundinnen und Kunden sowie die Gewinnung von Neukunden.

Digital Marketing Specialists (m./w./d.) untersuchen das Verhalten von Konsument*innen im Internet und in Online-Portalen. Sie erfassen und analysieren das Web-Verhalten der Kund*innen, erheben die betrieblichen Verkaufszahlen aus E-Commerce und entwickeln auf dieser Grundlage digitale Marketing-Kampagnen für Produkte und Dienstleistungen. Sie nutzen digitale Kanäle wie Internet, Social Media, E-Mail-Werbung, Newsletter und Mobile Apps. Zum Teil beauftragen sie Influencer (m./w./d.), welche die Produkte/Dienstleistungen auf ihren Youtube, Instagram oder TikTok Kanälen bewerben.

Digital Marketing Specialists arbeiten im Team mit Kolleginnen und Kollegen aus dem Bereichen Marketing, PR und IT, aber auch mit Mitarbeiter*innen anderer betrieblicher Abteilungen und mit dem Management.

Ausbildung

Für den Beruf Digital Marketing Specialist (m./w./d.) 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 schulische Ausbildungen mit entsprechender Schwerpunktsetzung im kreativen, digitalen Bereich und Marketing und Ausbildungen in der IT ermöglichen ebenfalls den Zugang zu diesem Beruf.

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 unternehmenseigenen 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 optimazation, Suchmaschinenoptimierung; SEA = search engine advertising bzw. 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 Anwender*innen und IT
- Kosten und Nutzen von Digital Marketing-Maßnahmen kalkulieren, Budgets und Kosten planen und kontrollieren

Anforderungen

- Anwendung generativer KI und von KI-Assistenzsystemen
- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- gestalterische Fähigkeit
- kaufmännisches Verständnis
- Präsentationsfähigkeit
- schriftliches Ausdrucksvermögen
- wirtschaftliches Verständnis

- Argumentationsfähigkeit / Überzeugungsfähigkeit
- Aufgeschlossenheit
- Einfühlungsvermögen
- interkulturelle Kompetenz
- Kommunikationsfähigkeit
- Kritikfähigkeit
- Kund*innenorientierung

- Aufmerksamkeit
- Belastbarkeit / Resilienz
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Rechtsbewusstsein
- Selbstorganisation
- Spontanität
- Zielstrebigkeit

- gepflegtes Erscheinungsbild

- Informationsrecherche und Wissensmanagement
- Kreativität
- logisch-analytisches Denken / Kombinationsfähigkeit
- Organisationsfähigkeit
- systematische Arbeitsweise
- Umgang mit sozialen Medien

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft