

# Marketingfachfrau – Marketingfachmann

## Generelle Umschreibung

Marketingfachleute werden in allen Organisationen aller Grössen benötigt, die ihre Leistungen wirkungsvoll einem Zielkreis anbieten wollen. Sie konzipieren und realisieren auf Basis definierter Ziele professionelles Marketing und gewährleisten die Vernetzung auf instrumentaler Ebene. Sie planen Marketingmassnahmen und setzen diese erfolgreich um. Sie sind in der Lage, Spezialisten zu beauftragen und zu führen.

## Aufgaben

### Analyse

Sammeln und aufbereiten von Marktinformationen.

### Strategie und Konzept

Beschaffen und erarbeiten von Entscheidungsgrundlagen; erarbeiten von Marketingkonzepten für einzelne Produkte und Produktgruppen; erarbeiten von operativen Massnahmenplänen für einzelne Marketinginstrumente.

### Operative Tätigkeiten

Vorbereiten und umsetzen von einzelnen Marketingmassnahmen, u.a. Kommunikationsmassnahmen.

### Budget

Erarbeiten und überwachen von Kostenbudgets.

### Organisation

Briefing, Auftragserteilung und Zusammenarbeit mit externen Spezialisten.

### Mitarbeiterführung

In der Regel keine Führungsaufgaben, ausser Stellvertretungen

## Stellung und Verantwortung

Einsatz in Linie, Stab oder Beratung mit Schwergewicht Produktmanagement; Teilaufgaben (Assistenz) für den Marketingleiter; Teilaufgaben (Assistenz) für den Verkaufsleiter; Verkaufsförderung (Ausstellungen, POS, etc.); Marketingkommunikation/Public Relations. Kosten-/Budget-Überwachung.

# Kompetenzen

## Fachkompetenz

### **Marketingforschung**

Sicherheit in der Anwendung von Marketing-Analysemethoden; Fähigkeit zur Auswahl und Aggregation marketingrelevanter Daten.

### **Marketingkonzept**

Verständnis der Marketingstrategie in Analyse, Konzeption und Umsetzung.

### **Marketinginstrumente**

Kenntnisse der Instrumente Verkauf, Verkaufsförderung, Werbung, Distribution und PR.

### **Rechnungswesen, Controlling**

Grundlagenverständnis der Finanz- und Betriebsbuchhaltung; anwenden verschiedener Kalkulationsmethoden.

### **Ergänzende Fachkompetenzen**

Verstehen und erkennen von Zusammenhängen in der Makro- und Mikroökonomie und von konjunkturellen Entwicklungen; rechtliche Strukturen verstehen und in den Alltag interpretieren

## Methodenkompetenz

- Effiziente Problemlösungs- und Entscheidungstechniken
- Effiziente Arbeits- und Zeitmanagementtechniken
- Anwenden verschiedener Präsentationstechniken
- Anwenden verschiedener Kreativitätstechniken

## Sozialkompetenz

- Sicheres und situationsgerechtes Auftreten
- Sorgfältiger Umgang mit vertraulichen Informationen
- Anwenden erfolgreicher verbaler und nonverbaler Kommunikation
- Erarbeiten tragbarer Lösungen bei Konflikten
- Lernfähigkeit
- Führungsfähigkeit
- Leistungsbereitschaft