

Wie vermarktet man seine fünf Sinne in ganz Europa?



„Bei Unilever haben Marketeers eine Schlüsselposition im Unternehmen. Als Brand Manager Ice Cream koordinierte ich zum Beispiel die Entwicklung und Einführung neuer Produkte, zum Teil als Projektleiterin und zum Teil auch als Teammitglied in einem internationalen Team. In jedem Fall bedeutete es die Zusammenarbeit mit den unterschiedlichsten Abteilungen (wie bspw. Entwicklungsabteilung im Werk, Einkauf, Finanzen) und Agenturen (wie bspw. Werbeagentur, Verpackungsagentur, PR-Agentur), was sehr spannend und abwechslungsreich war. So war ich bei der Entwicklung der limitierten Auflage ‚Magnum 5 Sinne‘ von Anfang an Mitglied im internationalen Magnum Team. Wir haben gemeinsam den Namen, die Produkte, die Verpackung bis hin zur Werbung entwickelt. Schließlich ist ‚Magnum 5 Sinne‘ 2005 in ganz Europa eingeführt worden.“

Ann-Kristin Breloh, Senior European Brand Manager

Auch wenn wir einige der weltbesten Marken haben: Die Märkte sind heute härter umkämpft als je zuvor. Wer erfolgreich verkaufen will, muss Marken und Produkte bei Endverbraucherinnen und Endverbrauchern, Großkunden und Handelspartnern kreativ inszenieren. Es sind innovative Konzepte zu entwickeln und so die Gesetze des Marketings Tag für Tag immer wieder neu zu schreiben.

Sie werden bei uns in den gesamten Absatzprozess integriert: von Markenpositionierung und Launchmanagement über Customer Marketing bis hin zum Key Account Management. Bei Ihrem Einstieg mit Schwerpunkt Marketing (Entry Option Marketing) lernen Sie zwölf Monate lang als Assistant eines Brand Managers alle Bestandteile der lokalen Markenbildung (Brand Building) kennen. Danach arbeiten Sie für sechs Monate im Bereich Brand Development an der internationalen Marketingstrategie mit. Alles in engem Kontakt mit den entsprechenden Teams des Supply Chain-, Finanz- und Kundenmanagements. In weiteren sechs Monaten erweitern Sie Ihre Kenntnisse im Bereich Customer Development.

Sie sind ein Mensch, der analytisch scharf und zugleich kreativ seine Ziele ansteuert. Mit der idealen Mischung aus Instinkt und glasklarer Vision. Ein Typ, der sich leidenschaftlich für eine Marke begeistert und damit die Menschen um sich herum inspiriert. Kurz: Sie sind bereit, mit neuen Herausforderungen bei uns ein- und aufzusteigen.

