PHILIP KÜST

„MAN MUSS KEIN IT STUDIERT HABEN“

E-Commerce ist ein boomendes Arbeitsfeld, in dem Fachkräfte gefragt sind. Philipp Küst, 26 Jahre, arbeitet seit April 2019 als Junior E-Commerce Marketing Manager bei Reckitt Benckiser (RB) in Heidelberg, einem internationalen Konsumgüterhersteller. Uns hat er erzählt, wie sein Berufsalltag aussieht und was für den Berufseinstieg wichtig ist.

INTERVIEWT VON ELENA WEBER

ELENA FINDET ES TOLL, WIE BEGEISTERT PHILIPP VON SEINEM JOB IST. IM E-COMMERCE ZU ARBEITEN, KANN SIE SICH ABER ÜBERHAUPT NICHT VORSTELLEN.

Philipp, du bist Junior E-Commerce Marketing Manager - was kann man sich darunter vorstellen?
Die Position im E-Commerce ist meine zweite Rotation im Future Leaders Programm, der Nachwuchsführungskräfte-Ausbildung von RB. Als Junior E-Commerce Marketing Manager bin ich für unsere digitalen Marketingaktivitäten, insbesondere auf Amazon, zuständig. Das reicht vom Content auf den Seiten über Online-Werbung bis hin zur Arbeit an spezifischen Produktinnovationen, die wir extra für den Online-Bereich entwickeln und optimieren.

Was reizt dich an der Arbeit im E-Commerce?
Mich reizt, in diesem boomenden Bereich die Tools und Tricks zu lernen, die über den Erfolg in der Online-Welt entscheiden. Dazu kommt die Test-and-Learn Umgebung, da regelmäßig neue Technologien und Formate auf den Markt kommen und die viel Raum für Kreativität und Eigenverantwortung lassen. Zudem ist E-Commerce ein strategisch wichtiger Bereich in den massiv investiert wird. Das eröffnet vielfältige Karrieremöglichkeiten – auch international.

Wie sieht dein Arbeitsalltag aus?
Man muss im E-Commerce ganzheitlich Denken – Sales und Marketing gehen Hand in Hand. Mein Alltag wechselt ständig zwischen strategischen Überlegungen und operativem Management. Da wird einem nie langweilig. Hinzu kommt der Austausch im Team und mit den internationalen Kollegen. Ich kann selbstständig meine Verantwortungsbereiche vorantreiben, natürlich mit dem Support von Vorgesetzten und Mentoren.

Welche Aufgaben umfasst dein Job?
Meine Aufgaben sind vielfältig und lassen sich in drei Bereiche zusammenfassen. Beim Online-Content entwickle ich Best-in Class Bild-, Video- und Textmaterialien, um den Konsumenten vom Kauf zu überzeugen. Im Performance Marketing optimiere und setze ich Online-Marketing Kampagnen um, um unsere Angebote auf den digitalen Plattformen sichtbar zu machen und Interessenten zu Käufern zu konvertieren. Im Bereich Innovations geht es um die Entwicklung von E-Comm-spezifischen Produkten. Hierbei achten wir besonders auf Aspekte wie nachhaltigere, kleinere Verpackungen und können Produkte testen, bevor wir sie ggf. auch offline auf den Markt bringen.

Was war das spannendste Projekt, an dem du bisher gearbeitet hast?
Eines der größten Projekte war der diesjährige Prime Day, das umsatzstärkste Event des Jahres auf Amazon. Das gesamte Team hat viel Zeit und Ressourcen zur bestmöglichen Vorbereitung aufgewendet, um unsere Warenverfügbarkeit sicherzustellen, unseren Content up-to-date zu haben, unsere Werbeanzeigen zu optimieren und unsere Deals sichtbar zu machen. Es war ein voller Erfolg und wir haben von allen RB-Hygienemärkten weltweit den meisten Umsatz gemacht – noch vor den USA. Das war ein Team-Effort, der sich ausgezahlt hat.

Wie entwickelst und testest du neue Formate und Strategien?
Ein konkretes Beispiel sind Video Ads auf Amazon. Dieses Format wurde erst im September in Deutschland eingeführt und ich habe mich direkt daran gemacht, dieses Thema groß zu spielen. Mit unseren Brand-Teams habe ich Material für Videos gesucht und diese dann mit Kreativagenturen entwickelt. Wir testen gerade, welches Format am besten funktioniert.

Was sind deine Tipps für Absolventen/-innen, die auch im Bereich E-Commerce arbeiten wollen?
Man muss kein IT studiert haben, um im E-Commerce erfolgreich zu sein. Viel wichtiger sind Offenheit, Kreativität, Neugier, analytisches Denken und Freude am Ausprobieren und Entdecken. Dazu kommt die Lust, eigeninitiativ zu handeln und in einem internationalen Team zu arbeiten. Und man sollte keine Angst vor Veränderungen und ständiger Weiterentwicklung haben. E-Commerce ist ein schnelllebiger Bereich, bei dem man ununterbrochen dazu lernt. Ich kann nur jedem empfehlen, es einmal auszuprobieren.

Über Philipp

Philipp hat ein Doppel-Bachelor Studium in „International Business Administration“ in englischer Sprache an der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder) und in Manchester absolviert. Für seinen Master in „Management & Marketing“ ist er an die FU Berlin gewechselt und hat ein Auslandssemester in St. Gallen verbracht. Seine Studienschwerpunkte waren Marketing und Nachhaltigkeit.

FOTOS // PRIVAT