

## Solution Developer (Lösungsentwickler/innen)

# → E-Marketing Developer (E-Marketingentwickler/in)

### Kurzbeschreibung

E-Marketing Developer wirken bei der Konzeption eines die externe Unternehmenskommunikation betreffenden Aktionsplans für den Online-Bereich mit, setzen diesen um und passen ihn an die jeweiligen aktuellen Gegebenheiten an.

### Arbeitsgebiete und Aufgaben

E-Marketing Developer ermitteln konsequent und umfassend den Status quo im Bereich der nach außen zielenden Online-Unternehmenskommunikation. Hier richten sich ihre Blicke sowohl nach innen (z. B. auf die gegenwärtigen technischen Möglichkeiten der eingesetzten Plattform) als auch nach außen (z. B. bei der Sammlung potenzieller Kooperationspartner). E-Marketing Developer entwickeln alternative Umsetzungspläne und präsentieren sie den Vorgesetzten. Nach der Strategieentwicklung begleiten sie die Umsetzung. Sie sind Hauptsprechpartner der beteiligten Agenturen und Kooperationspartner und arbeiten eng mit verschiedenen internen Experten (z. B. aus der Marketing- und der IT-Abteilung) zusammen. E-Marketing Developer stellen sicher, dass der Online-Auftritt des Unternehmens den aus dem vorgegebenen Aktionsplan abgeleiteten Anforderungen einer effizienten externen Unternehmenskommunikation entspricht.

E-Marketing Developer optimieren ständig die von ihnen umgesetzten Online-Strategien im Bereich der externen Unternehmenskommunikation. Sie arbeiten entsprechende Vorschläge aus und unterbreiten diese ihren Vorgesetzten und den relevanten Ansprechpartnern in den Unternehmen.

### Referenzprozess (Grafik, siehe Rückseite) →→

#### Teilprozesse

- |  |  |
|--|--|
| 01. Durchführen der technischen Bestandsaufnahme                               | 12. Präsentieren der Vorschläge bei Entscheidern             |
| 02. Analysieren der externen Online-Unternehmenskommunikation                  | 13. Abstimmen der Vorschläge mit Marketing- und PR-Abteilung |
| 03. Analysieren des Nutzerverhaltens   | 14. Koordinieren der technischen Umsetzung                   |
| 04. Ermitteln des Sachstands bezüglich Zusammenarbeit mit Multimedia-Agenturen | 15. Dokumentieren der Lösung                                 |
| 05. Durchführen eines Brainstormings zum Online-Marketing                      | 16. Testen und Überprüfen der Lösung                         |
| 06. Evaluieren der Systemlandschaft  | 17. Übergeben an Verantwortliche (Web Administrator)         |
| 07. Evaluieren bestehender Partnerschaften                                     | 18. Unterstützen der PR-Strategie                            |
| 08. Evaluieren der Zielgruppe  | 19. Pflegen und Optimieren der Lösung                        |
| 09. Evaluieren der Agenturportfolios   | 20. Zusammenarbeiten mit Partnern                            |
| 10. Ausarbeiten des Konzepts   | 21. Zusammenarbeiten mit Online-Marktforschung               |
| 11. Schätzen der Kosten und des Aufwands                                       |  |

### Profilprägende Kompetenzfelder

Die Beherrschung der profiltypischen Arbeitsprozesse setzt Kompetenzen unterschiedlicher Reichweite in den nachstehend aufgeführten beruflichen Kompetenzfeldern voraus. Den Kompetenzfeldern sind Wissen und Fähigkeiten sowie typische Methoden und Werkzeuge unterschiedlicher Breite und Tiefe zugeordnet.

#### » Profilspezifische Kompetenzfelder:

Programmier-, Skript- und Darstellungssprachen,  
 Datenbanken, Datenbanksysteme,  
 Netzwerke, Protokolle und Dienste,  
 Prozessmodellierung,  
 Marketing.

#### » Gruppenspezifische Kompetenzfelder:

Systemanalyse, -modellierung, -entwicklung, -integration,  
 Entwicklungsstandards (Leistungsfähigkeit, Sicherheit, Verfügbarkeit, Innovation),  
 Engineering-Prozesse,  
 Analysemethoden, -strategien, -muster,  
 Designmethoden,  
 Qualitätsstandards,  
 Vernetztes Denken,  
 Wirtschaftlichkeitsanalysen,  
 Marktüberblick,  
 Nutzerorientierte Problemanalyse, -lösung,  
 Projektplanung und -management,  
 Moderation.

#### » Gemeinsame Kompetenzfelder für alle IT-Spezialisten:

Unternehmensziele und Kundeninteressen,  
 Problemanalyse, -lösung,  
 Kommunikation, Präsentation,  
 Konflikterkennung, -lösung,  
 Fremdsprachliche Kommunikation (englisch),  
 Projektorganisation, -kooperation,  
 Zeitmanagement, Aufgabenplanung und -priorisierung,  
 Wirtschaftliches Handeln,  
 Selbstlernen, Lernorganisation,  
 Innovationspotenziale,  
 Datenschutz, -sicherheit, Dokumentation, -standards, Qualitätssicherung.

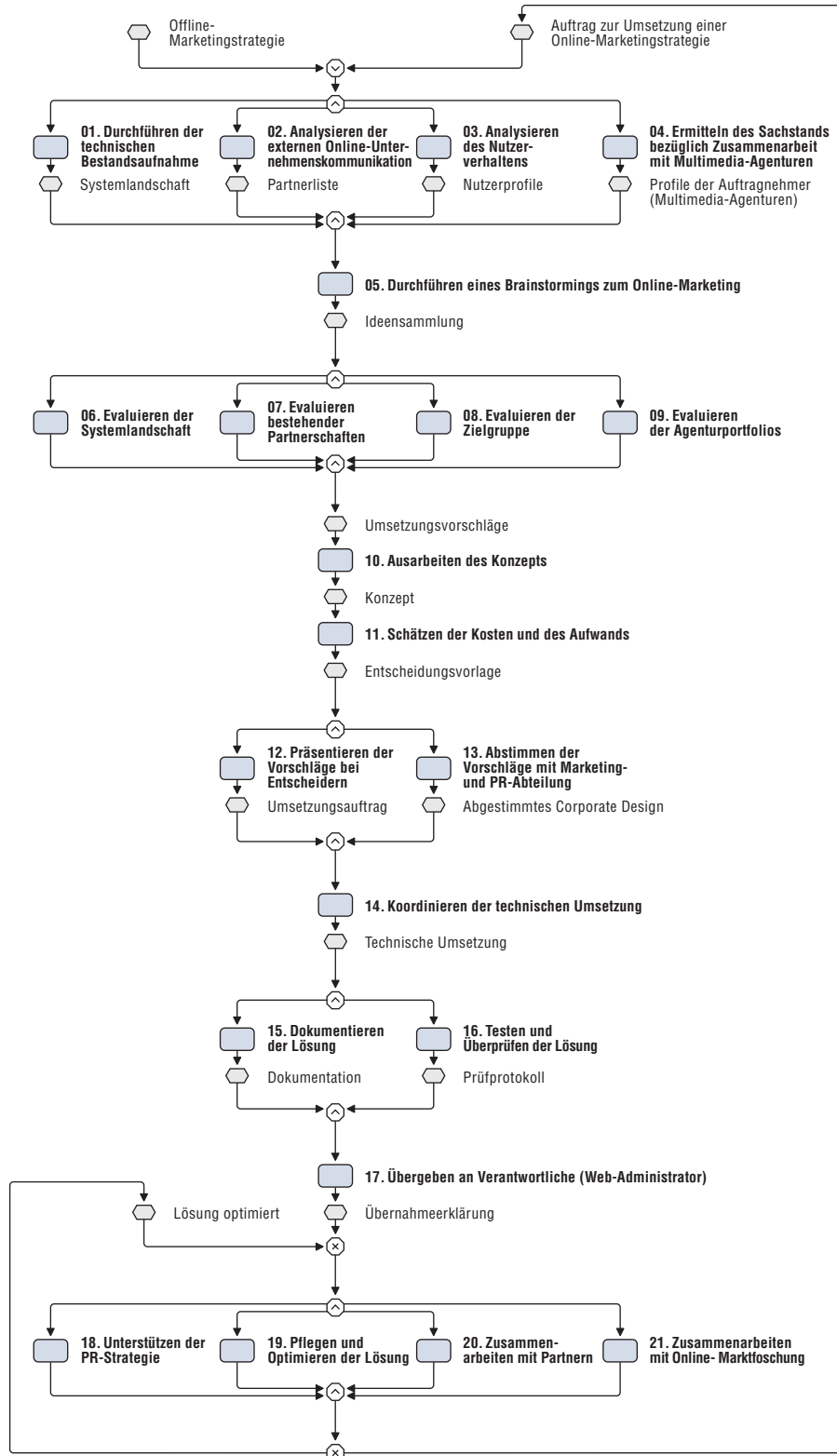
### Qualifikationserfordernisse

Ein berufsqualifizierender Abschluss im IT-Bereich, ein berufsqualifizierender Abschluss in einem anderen Bereich mit einer mindestens einjährigen IT-Berufspraxis oder eine mindestens vierjährige IT-Berufspraxis - auch ohne Berufsabschluss.

**Solution Developer (Lösungsentwickler/innen)**

➔ **E-Marketing Developer (E-Marketingentwickler/in)**

**Referenzprozess: E-Marketing Developer**



➔ E-MARKETING DEVELOPER  
➔ SOLUTION DEVELOPER

➔ **LEGENDE**

Tätigkeit/Teilprozess

Ereignis: löst Tätigkeiten/oder Teilprozesse aus und ist ihr Ergebnis

Schnittstelle zu anderen Projektbeteiligten

UND-Verknüpfung ODER-Verknüpfung

XOR-Verknüpfung (xor: „ausschließendes oder“, welches nur einen der angegebenen Pfade ermöglicht)