



Medienfachmann / Medienfachfrau - Online-Marketing (Lehrberuf) - Lehrzeit: 3 Jahre

English: Media expert specialising in online marketing

Berufsbeschreibung:

Medienfachleute mit Schwerpunkt Online-Marketing kümmern sich um die Onlinepräsenz sowie das Online-Marketing und Online-Werbekampagnen von Unternehmen, Institutionen oder Veranstaltungen.

In Absprache mit ihren Kund*innen definieren sie Zielgruppen, Inhalte und Strategien für Websites, Newsletter, Corporate Blogs und Social-Media-Plattformen. Sie stellen Inhalte zusammen, betreuen die Website-Inhalte, erstellen und verschicken Newsletter, planen und entwickeln die Social-Media-Auftritte und schalten Online-Werbung. Sie überprüfen laufend den Erfolg der Maßnahmen mittels Monitoring- und Analysetools und erstellen Reports und Auswertungen.

Medienfachleute mit Schwerpunkt Online-Marketing müssen sich laufend über neue Trends bezüglich Social-Media-Plattformen, Influencer-Netzwerken, Website-Usability und anderer Tools informieren, um am neuesten Stand zu bleiben und arbeiten eng zusammen mit ihren Kund*innen sowie Berufskolleg*innen aus den Bereichen Marketing, Kommunikation, Web-Publishing und Grafik.

Arbeits- und Tätigkeitsbereiche:

Medienfachleute mit Schwerpunkt Online-Marketing betreuen sämtliche Online-Tools von Unternehmen, Institutionen oder Veranstaltungen, die für Marketing und Werbung verwendet werden können - von der Website und dem





Suchmaschinenmarketing bis zu E-Mail-Marketing (Newsletter) und relevanten Social-Media-Plattformen.

Mit ihren Kund*innen definieren sie Ziel, Inhalte und die Zielgruppe der Online-Marketing-Maßnahmen. Sie recherchieren Content und Möglichkeiten, beraten gemeinsam mit Berufskolleg*innen ihre Kund*innen und entwickeln Konzepte, Zeitpläne und Kalkulationen.

Dabei beachten sie die bereits vorhandenen Grafiken und Materialien (Corporate Identity, Corporate Design). In Abstimmung mit den Kund*innen setzen sie die Maßnahmen und Kampagnen um: sie betreuen den Website-Content, bereiten Texte und Bilder auf, achten dabei auf Usability, User Experience und Accessibility und setzen Maßnahmen zur Suchmaschinenoptimierung (SEO) (z. B. mittels SEO- Plugin, Key Word Marketing, Suchmaschinenwerbung (SEA)) um. Sie planen E-Mail-Marketing-Maßnahmen, entwickeln das Layout, legen die Inhalte fest und erstellen und verschicken Newsletter mittels Content Management System (CMS).

Medienfachleute mit Schwerpunkt Online-Marketing planen und betreuen die Social-Media-Auftritte ihrer Kund*innen, schalten Werbung und entwickeln die Social-Media-Strategie laufend weiter.

Mittels Analyse- und Monitoring-Tools messen Medienfachleute mit Schwerpunkt Online-Marketing laufend den Erfolg der Online-Marketing-Maßnahmen und dokumentieren sie. Sie sammeln Mentions (Erwähnungen), werten Reports aus und entwickeln Optimierungsmöglichkeiten.

Medienfachleute mit Schwerpunkt Online-Marketing arbeiten eng mit Berufskolleg*innen aus den Bereichen Marketing und Kommunikation, sowie (Web)Publishing und Grafik zusammen und haben viel Kontakt zu ihren Kund*innen. Möglichkeiten und Trends im Online-Marketing verändern sich laufend, weshalb Medienkaufleute mit Schwerpunkt Online-Marketing ihr Wissen immer auf dem aktuellen Stand halten müssen.

Alle aktuellen Informationen zum Thema Berufsorientierung finden Sie auf unserer Website www.taz.at unter dem Reiter Tipps und Links.



TCC – Testcenter Carinthia, WIFI Kärnten GmbH, 9020 Klagenfurt, Lastenstraße 26
T: 059434 9092, M: taz@wifikaernten.at