

IHR GAP YEAR MIT DEICHMANN

Trendsetter mit Tradition: Die DEICHMANN SE mit Stammsitz in Essen (Deutschland) wurde 1913 gegründet und befindet sich zu 100 Prozent im Familienbesitz. Die Unternehmensgruppe ist Marktführer im europäischen Schuheinzelhandel und in 31 Ländern weltweit aktiv. Sie beschäftigt über 48.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und betreibt etwa 4.600 Filialen sowie 41 Onlineshops. Zum Unternehmen gehören neben dem DEICHMANN-Format die Konzepte Dosenbach, Ochsner Shoes und Ochsner Sport in der Schweiz, vanHaren in den Niederlanden und Belgien, in den USA Rack Room Shoes sowie die SNIPES-Gruppe mit Filialen und Onlineshops in Europa und in den USA.

Das Familienunternehmen entwickelt sich kontinuierlich weiter. Ausbau der Digitalkompetenz, Etablierung kunden- und datengetriebener Prozesse sowie der Ausbau von vernetzten Omnichannel-Konzepten stehen hierbei im Vordergrund. Im Rahmen des Gap Year Programms der Universität Mannheim haben wir an unserem Standort in **Mülheim an der Ruhr / Essen** ab **Herbst 2024** folgende Position zu besetzen, um sich dezidiert mit **digitalen & marketing-orientierten Praxis-Projekten** bei DEICHMANN vertraut zu machen:

Praktikant (m/w/d) Digital Marketing & Retail Media Solutions

Aufgaben:

- Aktive Mitarbeit bei der Entwicklung, Umsetzung und Optimierung unserer digitalen Performance Marketing Kampagnen in über 20 Ländern
- Dabei entwickelst du ein grundlegendes Verständnis über den Einsatz und das Zusammenspiel verschiedener Performance Marketing Kanäle, wie Suchmaschinenmarketing (SEA), Paid Social oder Display-Formate
- Eigene Verantwortung und Support bei der Analyse und Bewertung von Daten aus verschiedenen Marketingkanälen und -plattformen (u.a. Google, META) gehören hier zu deinem Aufgabengebiet
- Du erlernst erste Kenntnisse in den Bereichen Tracking und Attribution und ein grundlegendes E-Commerce Verständnis
- Zudem erhältst du Einblicke und supportest beim Aufbau des Retail Media Geschäftes bei Deichmann, um gezielt Marken an unseren digitalen sowie stationären Touchpoints mit geeigneten Maßnahmen zu aktivieren
- Hier unterstützt du bei der Entwicklung von datenbasierten, skalierbaren und attraktiven Retail Media Insights Vermarktungs-Produkten und Kampagnen-Paketen
- Cross-funktionale Zusammenarbeit innerhalb des Digital-Bereiches inkl. deiner Teilnahme an allen relevanten Regelterminen und Team-Routinen machen dich während deines Praktikums zu einem festen Bestandteil unserer Organisation

Profil:

- Überdurchschnittlich gute Studienleistungen im Bereich Wirtschafts-Wissenschaften mit einem Fokus und starken Interesse an an digitalen Marketing-Inhalten und E-Commerce
- Daten- & Technologie-getriebenes Mindset sowie sehr gute analytische Fähigkeiten
- Flexibilität, Verantwortungsbewusstsein und eine selbstständige, strukturierte Arbeitsweise sowie eine schnelle Auffassungsgabe zeichnen Dich persönlich aus
- Zuverlässigkeit und Einsatzbereitschaft sind neben einer ausgeprägten Kommunikationsfähigkeit in englischer und deutscher Sprache sind für Dich selbstverständlich
- Erste Erfahrungen und Neugierde für Marketing Tools, wie z.B. Google Analytics, sind ein Plus
- Sicherer Umgang mit MS Office 365, insbesondere Excel und Powerpoint, ist essenziell

Details zur Bewerbung:

Für eine Bewerbung folgen Sie bitte den Angaben und Informationen auf der Gap Year Webseite:
<https://www.bwl.uni-mannheim.de/gap-year/>

Fragen zur Bewerbung richten Sie bitte an Ihren zentralen Ansprechpartner für das Gap Year

Frau Stefanie Burgahn
stefanie.burgahn@uni-mannheim.de
Tel: 0621 181 1712