

Experte für Marketing, Vertrieb und E-Commerce



Profil

Dipl.-Ing. (FH)

Reiner Kluge

Senior Digital Marketing
und Salesmanager

Kontakt Daten:

Reiner Kluge

Hauptstraße 13

73666 Baltmannsweiler

Telefon +49 151 11698511

E-Mail rk@kluge-online-marketing-und-vertrieb.de

Web www.kluge-online-marketing-und-vertrieb.de

Einzelunternehmer

Kluge Online Marketing & Vertrieb

Durchgeführte Projekte in den Bereichen Marketing, Vertrieb und E-Commerce sind unter [Auszug Projektreferenzen Reiner Kluge](#) (Seite 3) aufgeführt

Festanstellungen

Geschäftsführer Marketing/Vertrieb

Alpha DV GmbH, Augsburg

Prokurist, Niederlassungsleiter

ADA-Orgaplus Systemhaus GmbH, Heilbronn

Technischer Projektleiter, Consultant

Digital Equipment GmbH, Stuttgart

Studium

Dipl.-Ing. (FH) Technische Informatik

Hochschule Esslingen - University of Applied Sciences

Zusatzqualifikation

Sprachkenntnisse

Deutsch (Muttersprache)

Englisch (fließend in Wort und Schrift)

Auszug Projektreferenzen Reiner Kluge

- ***Aufbau und Umsetzung einer Social Media Strategie Kanal LinkedIn B2B zur Leadgewinnung***

Projektrolle:	Berater Einführung und Umsetzung Social Media Strategie LinkedIn
Branche:	Agentur Dialog Marketing
Dauer:	3 Monate (06/2020 – 08/2020)
Aufgaben:	Erstellen Konzeption und Umsetzung zur Leadgewinnung auf der Plattform LinkedIn. Aufsetzen und Optimierung der Kampagnen mit den Conversionziel Leadgewinnung über Formulare bzw. Landingpagebesuche. A/B Testing mit verschiedenen Werbeformaten wie z. B. InMail, Lead Gen etc.
Angewendete Kenntnisse:	Managementberatung, Entwicklung einer LinkedIn Kampagnenstruktur, Kampagnen- und Budgetoptimierung, Aufsetzen von verschiedenen Targeting Strategien, Performance Marketing, A/B Testing verschiedene Werbeformate, Kundens Schulung LinkedIn

- ***Aufbau und Umsetzung einer Social Media Strategie mit Schwerpunkt Facebook, Instagram und TikTok für ein eSport Portal***

Projektrolle:	Berater Einführung und Umsetzung Social Media Strategie
Branche:	Internet/Medien/TV
Dauer:	12 Monate (10/2019 – 10/2020)
Aufgaben:	Erstellen Konzeption und Umsetzung Social Media Strategie mit Schwerpunkt Facebook, Instagram und TikTok. Optimierung der Facebook Fanpage für die eSport Themen FIFA 2020, League of Legends und weiteren Spielen. Aufbau von verschiedenen Facebook Targeting Strategien zur Ermittlung der exakten Zielgruppen für die unterschiedlichen Spielinteressen der Zielgruppen. Aufsetzen und Optimierung der Kampagnen mit den Conversionzielen Video Views und Landingpagebesuche. Abstimmung der Kampagnen und Seitenbeiträgen mit den TV-Sendungen. A/B Testing mit verschiedenen Werbeformaten wie z. B. Instant Experience abgestimmt und optimiert auf mobile Endgeräte.

Angewendete

Kenntnisse: Managementberatung, Entwicklung von Social Media Strategie, Betreuung und Optimierung der Facebook-, Instagram- und TikTok-Kampagnen, Aufsetzen von verschiedenen Targeting Strategien, Performance Marketing, Unternehmensdarstellung Facebook/Instagram/TikTok, A/B Testing verschiedene Werbeformate

- ***Konzeption, Aufbau und Umsetzung Inbound-Marketing Strategie mit Hubspot***

Projektrolle: **Berater Einführung und Umsetzung Inbound-Marketing**

Branche: Internet/Online Marketing Agentur

Dauer: 2 Monate (08/2019 – 09/2019)

Aufgaben: Erstellen einer Konzeption für Inbound-Marketing. Definition und Aufbau einer Contentstrategie und der dazugehörigen Landingpages für die einzelnen Contentschwerpunkte. Erstellen verschiedener Personas auf Basis der Zielgruppen. Erstellen eines Leadmanagement auf Basis von Scoringwerten. Aufbau von verschiedenen Nurturingstrecken für die gewonnen Leads. Einführung und Implementierung der Hubspot Lösung.

Angewendete

Kenntnisse: Managementberatung, Entwicklung von Inbound-Marketing Strategien, Planen einer Contentstrategie, Performance Marketing, Setup HubSpot Marketing- und Vertriebssuite, Entwicklung Personas und Nurturingstrecken, Leadmanagement, Aufbau einer Landingpagestruktur, progressiv Profiling

- ***Aufbau eines Kennzahlensystem (KPIs) für einen Online Marktplatz inkl. Optimierung der Online-Marktplatz Buchungen***

Projektrolle: **Berater für einen Online-Marktplatz mit Schwerpunkt KPIs, Reporting (Data Studio) und Performance Marketing**

Branche: Gesetzliche Krankenversicherung

Dauer: 5 Monate (03/2019 – 07/2019)

Aufgaben: Definition aller wichtigen KPIs für den Online Marktplatz. Definition der KPIs für alle Arbeitspakete im Projekt. Erstellen einer Entscheidungsvorlage bzgl. Anforderungen und Auswertung eines Tracking Analysetools. Konzeption für den Aufbau und Einbindung der SAP-Hybris Marketing Cloud in die bestehende Umgebung, Abstimmung zwischen den einzelnen Arbeitspaketen. Definition und Aufbau eines

Reporting Dashboards mit der Definition der verschiedenen KPI-Sichten für die Stakeholder. Erstellen einer Steuerungslogik für den Online Marktplatz. Festlegen von Optimierungsmaßnahmen des Online Marktplatzes bzgl. Performance. Erstellen und Umsetzen eines KPI Fachkonzepts.

Angewendete

Kenntnisse: Managementberatung, Entwicklung von E-Commerce Strategien, Planen einer KPI Steuerungslogik für Online Plattformen, Performance Marketing, SAP Hybris Marketingcloud, Analysetools Goggle Analytics, Adobe Analytics, Google Data Studio, Google Tagmanager, Google Search Console, Matomo, Konzeption und Umsetzung der KPI Steuerung, Kanalsteuerung Schwerpunkt Social Media B2B

- ***Konzeption, Aufbau und Implementierung eines digitalen Geschäftsmodell für eine Online-Selfservice Plattform eines Personaldienstleister***

Projekttrolle: **Leitung E-Commerce/Berater Online-Marketingstrategie/operative Unterstützung im Bereich Social Media B2B (LinkedIn, Facebook, Instagram)**

Branche: Personaldienstleistungen

Dauer: 19 Monate (05/2017 – 12/2018)

Aufgaben: Aufbau und Leitung des E-Commerce Teams, Aufbau- und Umsetzung einer Online-Marketingstrategie, Erstellung eines Konzepts zum Aufbau einer Contentmarketing- und Socialmediastrategie, Auswahl und Steuerung von Agenturen, Implementierung einer automatischen Leadgenerierung im Netz, Einführung der Inboundmarketing-Lösung Hubspot, Umsetzung und Optimierung der E-Commerce Kanäle mit B2B-Kampagnen zur Generierung von Registrierungen über Facebook, Instagram, LinkedIn, Programmatic, Google Adwords inkl. Banner- und Display Ads. Aufbau und Umsetzung einer einheitlichen Marketingstrategie zur Kundengewinnung für die Online-Plattform, bilden von Personas zu besseren Zielgruppendefinition in Hubspot inkl. Contentplanung Whitepaper, Blogbeiträge und Webinare, zusammenführen von Kundendaten aus verschiedenen Systemen auf die Hubspot Plattform. Erstellung einer Strategie zur Optimierung des Traffics von mobilen Endgeräten.

Angewendete

Kenntnisse: Managementberatung, Personalführung, Projektleitung mit Budgetverantwortung, Entwicklung von E-Commerce Strategien, Planen der Online-Vertriebsprozesse, Planen der B2B Kampagnen Facebook und Google Ads, Organisationsmanagement, Kommunikationsmanagement

zwischen den beteiligten Fachabteilungen unter Einbeziehung der Agenturen, Social Media Marketing Facebook, LinkedIn, Instagram, Displaywerbung, Suchoptimierung, Programmatic, A/B-Testing, Einführung und Aufbau von Hubspot wie z. B. Landingpages, Aufbau von E-Mail Nurturingstrecken zur Gewinnung von MQLs, Optimierung der Conversionsrates der B2B-Kampagnen und Landingpages, Datenmigration, Schnittstellenplanung, Google Tagmanager, Multi-Channel-Marketing, Organisation von Workshops, Präsentation der Strategie und aktueller Stand mit allen wichtige KPIs auf Management- und Vorstandsebene.

- ***Konzept und erste Umsetzung zum Aufbau einer E-Commerce Crowdfunding Plattform, Entwickeln einer Online-Marketing Strategie***

Projektrolle: Berater/Analyst/operative Unterstützung soziale Medien B2B
Branche: Finanzdienstleister (Crowdfunding, Investment)
Dauer: 7 Monate (09/2016 – 04/2017)
Aufgaben: Erstellung eines Konzepts zur Erstellung einer Crowdfunding Plattform inkl. der Online-Verkauf von Investment Finanzprodukten. Analyse und Bewertung von verfügbaren E-Commerce Lösungen im Bereich Crowdfunding unter Berücksichtigung und Einbeziehung möglicher Schnittstellen. Erstellen von verschiedenen Business Cases mit möglichen E-Commerce Lösungen, Organisation und Durchführung von Workshops, Unterstützung bei der Erstellung von Angebotsunterlagen und Beratung im Auswahlprozess von Anbietern wie z. B. Zahlungsdienstleister, Prüfen mögliche Zusammenarbeit mit Agenturen, Erstellen von funktionalen und systemtechnischen Anforderungen der Crowdfunding-Plattform, Aufbau von E-Commerce Kanälen zur Generierung von Conversions über Facebook, Instagram, Twitter, Google Adwords, Plista, Affiliate, Banner- und Display Ads (GDN). Aufbau und Umsetzung einer einheitlichen Marketingstrategie für die Finanzprodukte.

Angewendete

Kenntnisse: Managementberatung, Entwicklung von E-Commerce Strategien, Prozessanalysen, Erstellen von Business Cases, Anforderungsmanagement, Planen der Online-Vertriebsprozesse, Einbindung der Händler-Webshops, Aufbau und Optimierung von Besucherströmen, Web- und Portaltechnologien, Organisationsmanagement, Kommunikationsmanagement zwischen den beteiligten Fachabteilungen, operativer Aufbau und Optimierung von

Marketingkampagnen für Facebook, Twitter, Instagram, Aufbau Affiliate-Netzwerk, GDN und Displaywerbung, Google Adwords (SEA), A/B-Testing

- **Analyse und Aufbau einer E-Commerce Händlerportals B2B**

Projektrolle: Berater/Analyst

Branche: Handel/Industrie (Windkraftanlagen)

Dauer: 6 Monate (03/2016 – 08/2016)

Aufgaben: Analyse, Konzepterstellung und Aufbau einer E-Commerce Plattform für (Groß)händler und Installateure des Windkraftanlagenherstellers, Bedingung alle Serviceleistungen müssen in die E-Commerce Lösung integriert sein, Analyse und Bewertung von verfügbaren E-Commerce Lösungen unter Berücksichtigung der existierenden Händlerportale inkl. Einbeziehung möglicher Schnittstellen, planen und durchführen von Workshops, Erstellen von verschiedenen Business Cases für mögliche E-Commerce Lösungen, Unterstützung bzgl. der Erstellung von Angebotsunterlagen und Beratung im Auswahlprozess von potentiellen Anbietern, Prüfen bzgl. einer möglichen Zusammenarbeit mit Agenturen, Erstellen von funktionalen und systemtechnischen Anforderungen an die Händlerplattformen. Steuerung der Fachabteilung beim Aufbau und der Implementierung der neuen Händlerplattform

Angewendete

Kenntnisse: Managementberatung, Entwickeln von E-Commerce Strategien, Prozessanalysen inkl. Business Cases, Anforderungsmanagement, Analyse und Optimierung der Kauf- und Aftersalesprozesse für Händler und Installateure, Organisieren und Durchführen von Workshops, Einbindung der Händler-Webshops, Analyse von Besucherströmen, Anforderungsmanagement, Web- und Portaltechnologien, Organisationsmanagement, Kommunikationsmanagement zwischen den einzelnen Fachabteilungen, Definition und Umsetzung von Händlerportalen inkl. Marketing- und Vertriebskanälen, A/B-Testing

- ***Erstellung Online-Marketing Konzept für eine B2B IT-Lösung***

Projektrolle: Berater der Geschäftsführung, fachliche Ausarbeitung
Branche: IT-Systemhaus/Hotel, Gaststätten, Reisen
Dauer: 2 Monate (01/2016 – 02/2016)
Aufgaben: Erstellen eines Online-Marketingkonzepts für eine eigenentwickelte Suchlösung, welche die Suchergebnisse nicht textuell, sondern auf Basis von Land- und Stadtkarten darstellt. Die Lösung wurde speziell für mobile Endgeräte entwickelt. Die konzeptionellen Schwerpunkte waren die Entwicklung und Aufsetzen von Kampagnen für Suchmaschinen (Google Adwords), optimale Zielgruppendefinition und deren Einbettung in die Vertriebskanäle von sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram etc., Internet Videokanäle Youtube etc. und inhaltoptimiertes Marketing inkl. Displaymarketing. Die definierten Zielgruppen waren Tourismus und das Hotel- und Gaststättengewerbe.

Angewendete

Kenntnisse: Konzepterstellung mit Schwerpunkt Responsive Webdesign, Online-Marketing, Online-Multimedia, B2B Online-Vertrieb, Display-Marketing, Re-Targeting, Wettbewerbs- und Potentialanalyse, Anforderungsanalyse, Content Marketing, Managementberatung, Google Adwords SEA, Trafficquellenanalyse, Maßnahmen zur Optimierung der Konversionsraten, Erstellen von A/B-Testing, Aufsetzen von Affiliate Marketing

- ***Optimierung eines Einzelhandel-Webshops, Aufbau Online-Marketing***

Projektrolle: Projektleitung, Berater der Marketingabteilung, operative Umsetzung
Branche: Einzelhandel Mode- und Pflegeartikel
Dauer: 6 Monate (07/2015 – 12/2015)
Aufgaben: Erstellen und Umsetzung eines Online-Marketingkonzepts (inkl. Agenturauswahl) mit den Schwerpunkten Suchoptimierung und Online-Produktplatzierung durch Display- und Bannermarketing mit Schwerpunkt mobile Endgeräte. Ziel war es, eine deutliche Steigerung der Konversionsrate auf den Angebotsseiten des Webshops zu erreichen.

Angewendete

Kenntnisse: Agiles Projektmanagement (SCRUM), Projektleitung, Google Adwords (SEA), Managementberatung, Online-Marketing und Vertrieb, Anforderungsmanagement, Webanalysen, Web- und Portal-technologien, Display- und Banner Marketing, Abläufe agile Softwareentwicklung, Katalogmanagement, Geschäftsprozessmodellierung, Schnittstellenmanagement, Analyse von Trafficquellen, Optimierung der Konversionsraten, A/B-Testing, Affiliate Marketing, Abbildung Customer Journey, Auswahl und Steuerung einer Agentur

- ***Ablösung der eigenentwickelten Webshop-Lösung und Neueinführung einer Standard Webshop E-Commerce Lösung inkl. APP Implementierung***

Projektrolle: Interimsmanager E-Commerce Bereich

Branche: Einzelhandel Kaufhauskette

Dauer: 12 Monate (06/2014 – 06/2015)

Aufgaben: Leitung und Coaching der Mitarbeiter Bereich E-Commerce, Ablösung einer eigenentwickelten Webshop-Software, Auswahl und Einführung einer neuen Webshop-Software inkl. Einbindung aller Handelspartner und Zahlungsanbieter gemeinsam mit den Fachspezialisten des Kunden, Organisation, Moderation und Nachbereitung von Projekt-Workshops, Datenmigration aller Artikelkataloge in die neue Webshop-Lösung, Optimierung der Marketing- und Vertriebszuführungsprozesse zum Webshop, Optimierung der Kauf- und Aftersalesprozesse, Ausbau des Online-Handels inkl. Einbeziehung der Händlerportale, Erstellung einer nachhaltigen ECommerce-Strategie in Abstimmung mit der Geschäftsleitung und der Marketingabteilung, operative Unterstützung bei der Optimierung und dem Aufbau der Social Media Kampagnen. Zusätzlich zu den Marketingmaßnahmen erfolgte die Konzeption und Implementierung einer „Kaufhauskompass-APP“. Der Kunde hat somit die Möglichkeit, mit der APP Angebote/Produkte vom Webshop im Kaufhaus zu finden. Die Entwicklung der APP erfolgte in enger Zusammenarbeit mit der Softwareentwicklung. Projektleitung und operative Unterstützung bei der Implementierung der neuen optimierten Shop-Prozesse (End-to-End) und der APP-Entwicklung bis zum Go-Live.

Angewendete

Kenntnisse: Personalführung, Managementberatung, Ausschreibung, Auswahl und Implementierung einer neuen Webshop-Lösung, Projektleitung zur Einführung der SAP Hybris E-Commerce Lösung, E-Commerce Prozesse optimieren und umsetzen, Abläufe agile Softwareentwicklung, Definition Vertriebskanalmix, agiles Projektmanagement (SCRUM), Analyse und Optimierung Kauf- und Aftersalesprozesse Webshop, Einbindung der Händler-Webshops, Analyse von Besucherströmen und Optimierung der Konversion, Anforderungsmanagement, Web- und Portaltechnologien, Organisationsmanagement, Kommunikationsmanagement zwischen den einzelnen Fachabteilungen, Schnittstellenmanagement, Katalogmanagement, Display-Marketing, E-Mail Marketing, Aufbau Facebook Fan Page und ADS Kampagnen, Erstellen Business Cases, Steuerung der Performance Marketing Kanäle, Customer Journey, Erstellen einer Empathie Map der Zielgruppen, A/B-Testing

- ***Konzepterstellung für einen neuen Webauftritt***

Projektrolle: **Berater der Online-Redaktion neuer Webauftritt Radiosender**
Branche: Medien (TV- und Radiosender)
Dauer: 5 Monate (01/2014 – 05/2014)
Aufgaben: Erstellen eines Marketing- und Vertriebskonzepts (inkl. Agenturauswahl) für einen neuen Webauftritt eines regionalen Radiosenders. Der Schwerpunkt des Konzepts lag auf einer sehr einfachen Bedienung der Grundfunktionen Webradio, Verkehr, Wetter, News etc. Die Vorgabe war, dass der Besucher der Seite mit maximal ein bis zwei Klicks seine gewünschten Informationen erhält. Alle Angebote müssen perfekt auf mobile Endgeräte abgestimmt sein. Analyse und Optimierung der bestehenden Vertriebs- und Marketing Online-Prozesse. Die Ergebnisse und Vorschläge wurden in das Konzept eingearbeitet. Dieses wurde nach Abnahme der Online-Redaktion und der Geschäftsführung von den hauseigenen Spezialisten des Kunden umgesetzt.

Angewendete

Kenntnisse: Managementberatung, Online-Marketing, Anforderungsmanagement, Online-Vertrieb, Analyse zur Optimierung der Konversionsrate, Analyse verschiedener Trafficquellen, Web- und Portaltechnologien, responsive Design, Usability-Analyse, A/B-Testing, Webanalysen, Webdesign, E-Mail-Marketing, Display-Marketing, Customer Journey, Erstellen einer Empathie Map

- **Aufbau eines regionalen Suchportals B2B**

Projektrolle: Projektleitung, Berater des Fachbereichs
Branche: Medien (Verlagshaus)
Dauer: 6 Monate (06/2013 – 12/2013)
Aufgaben: Konzepterstellung und Umsetzung eines regionalen Suchportals bei einem Verlagshaus. Schwerpunkte des Marketings waren Suchmaschinenoptimierung (SEO) und der Aufbau einer produktplatzierten Online Kampagne (SEA) in Verbindung mit der Einführung eines Bonussystems für den regionalen Einzelhandel.

Angewendete

Kenntnisse: Projektleitung, Google Adwords (SEA), Bonusmodelle, Anforderungsmanagement, Online-Vertrieb, Managementberatung, Web- und Portaltechnologien, Analysen mit Webtrekk, Display-Marketing, Erstellen Business Cases, Kommunikationsmanagement, Schnittstellenmanagement, Partnermanagement, Steuerung der Performance der einzelnen Marketing-Kanäle

- **Umstellung des Produktportfolios auf den Online-Vertrieb**

Projektrolle: Projektleitung, fachliche Ausarbeitung, operative Umsetzung
Branche: Öffentlicher Personennahverkehr
Dauer: 12 Monate (05/2012 – 05/2013)
Aufgaben: Erstellung und Umsetzung eines Online-Vertriebskonzepts bei einem regionalen Verkehrsunternehmen. Operative Umstellung des Verkaufs von bestimmten Tarifprodukten vom Ticketautomaten auf den Online-Vertriebskanal. In der Umsetzung erfolgte der Aufbau eines Webshops zum Kauf der Tarifprodukte. Kommunikation und Einbindung von Hochschulen zur Umstellung des Tarifprodukts für Studierende auf das Online-Verfahren inkl. technische Einbindung in den Webshop.

Angewendete

Kenntnisse: Beziehungsmanagement, responsive Design, agiles Projektmanagement (SCRUM), Projektleitung, Managementberatung, Online-Marketing inkl. Steuerung der Marketingkanäle, Organisierung und Durchführung von Projekt-Workshops, Anforderungsmanagement, Online-Vertrieb, Web- und Portaltechnologien, Geschäftsprozessoptimierung Kauf und Aftersales, Erstellen Business Case, Abläufe E-Commerce, Kommunikationsmanagement