

Kommunikationsleiter HFP

Kommunikationsleiterin HFP

Marketing

Kommunikationsleiterinnen und Kommunikationsleiter entwerfen und planen Werbekampagnen für Produkte und Dienstleistungen öffentlicher oder privater Unternehmen und führen sie durch. In enger Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung und der Marketingabteilung legen sie zielgruppenspezifische Kommunikationsmassnahmen fest, erstellen die Werbebotschaften und definieren die geeigneten Vertriebskanäle, wie zum Beispiel Print, Online, TV, Social Media oder Events.

Aufgaben



Sie führen folgende Tätigkeiten aus:

Marktanalyse

- Informationen über das Unternehmen zusammentragen, zum Beispiel zu Geschäftspartnerinnen, Konkurrenten, Aktivitäten oder Produkten
- Marktstudie in Auftrag geben, um die Merkmale, Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppe zu analysieren
- gesammelte Daten analysieren und gemeinsam mit der Unternehmensleitung und der Marketingabteilung eine umfassende Strategie entwickeln

Projektplanung

- Produkt- oder Dienstleistungsidentität definieren
- festlegen, welche Werte und Eigenschaften damit in Verbindung gebracht und den Zielgruppen kommuniziert werden sollen
- Kommunikationsstrategie unter Berücksichtigung von Zielpublikum, Marktumfeld und geografischen Merkmalen erstellen
- geeignete Kommunikationsmittel für die Zielerreichung definieren, wie zum Beispiel Werbung, Sponsoring, Event- oder Direktmarketing
- Budget für die benötigten Mittel erstellen

Koordination der Produktion

- klassische Medienproduktionen für Print, TV oder Radio und multimediale Medienproduktionen für Internet, Intranet oder Extranet planen
- Arbeit von Kreativ- und Produktionsteams und externen Mitarbeitenden wie Fotografinnen, Redakteuren und Grafikerinnen koordinieren und kontrollieren
- Einhaltung von Fristen und des Budgets sicherstellen

- Reaktionen von Medien und Öffentlichkeit auf die Kampagne sammeln und analysieren und Botschaft bei Bedarf anpassen

Arbeitsumgebung

Kommunikationsleiter und Kommunikationsleiterinnen arbeiten in Marketing- und Werbeabteilungen von Unternehmen, Institutionen und Organisationen oder in Kommunikationsagenturen. Die Aufgaben sind je nach Budget und Grösse des Unternehmens unterschiedlich. In grossen Unternehmen werden sie von einem Team aus Kommunikationsplanerinnen und Marketingspezialisten unterstützt. In kleineren Unternehmen sind ihre Aufgaben sehr vielseitig. Die Arbeitszeiten sind zwar regelmässig, die Tage vor dem Start einer Kampagne können jedoch sehr hektisch sein.

Die Werbe- und Kommunikationsbranche ist sehr konjunkturabhängig und der Produkt- und Dienstleistungsmarkt ständig in Bewegung. Kommunikationsfachleute sollten deshalb flexibel und stets auf dem neusten Stand sein. Der Druck, die Ziele zu erreichen, kann hoch sein.

Anforderungen und Interessen

Anforderungen

- Fähigkeit, Mitarbeitende zu führen
- Verhandlungsgeschick
- Entscheidungsfreude
- Flair für Sprachen
- Stressresistenz
- Freude an Verkauf und Beratung
- Kommunikationsfähigkeit

Ausbildung

Die Ausbildung wird in der Regel berufsbegleitend in Form von Modulen gemacht. Die Zulassungsbedingungen für die Prüfung stehen in der Prüfungsordnung des SBF.

Weiterbildung

Kurse

Angebote von Fachhochschulen, Hochschulen und von Fachorganisationen

Fachhochschule

Bachelor of Arts (FH) in Kommunikation mit Vertiefung in Journalismus oder Organisationskommunikation
oder Bachelor of Science (FH) in Business Communication

Je nach Fachhochschule gelten unterschiedliche Zulassungsbedingungen.

Ähnliche Berufe

Weitere Infos

Swissdoc Nummer

Weiterführende Links

Gesetzliche Grundlagen

<https://www.becc.admin.ch/becc/public/bvz/beruf/show/56498?lang=de>