SEA-Manager*in

BERUFSBESCHREIBUNG

SEA (Search Engine Advertising oder Suchmaschinen-Werbung) ist ein Spezialbereich des Digitalen Marketings. SEA-Expert*innen oder SEA-Manager*innen sind für gezielte Werbemaßnahmen und Werbe-Einschaltungen in Suchmaschinen wie z. B. Google oder Bing zuständig.

Zu diesem Zweck steuern sie bezahlte Anzeigen in Suchmaschinen. Sie buchen oder ersteigern z. B. Werbeplätze zu bestimmten Suchbegriffen (Keywords). Sie erstellen Anzeigentexte und passen diese bestmöglich an die Suchanfragen von Nutzer*innen an. Sie führen Zielgruppen-Analysen durch und entwickeln Kampagnen und Strategien für digitale Anzeigenwerbung im Internet und auf Social Media Kanälen.

SEA-Manager*innen arbeiten für Werbe-Agenturen, Online- und E-Commerce Handelsbetriebe oder Webportale, aber auch für Marketing-Abteilungen von Unternehmen und Organisationen aller Bereiche und Branchen. Sie arbeiten eigenständig sowie im Team mit Kolleg*innen und Fachkräften aus Werbung, Marketing und IT.

Ausbildung

SEA-Manager*innen haben häufig ein abgeschlossenes Universitäts- oder Fachhochschulstudium z. B. in Marketing, Werbung oder Public Relations mit entsprechender Ausrichtung auf digitale Anwendungen oder in Kombination mit IT-Schwerpunkten. Auch schulische Ausbildungen mit entsprechender Schwerpunktsetzung im kreativen, digitalen Bereich und Marketing und Ausbildungen in der IT ermöglichen den Zugang zu diesem Beruf.

Wichtige Aufgaben und Tätigkeiten

- Zielgruppen und Keywords analysieren und definieren
- Zielgruppen definieren, die auf die eigene Webseite aufmerksam gemacht werden sollen
- relevante Keywords recherchieren und an Zielgruppen anpassen, z. B. mithilfe von Keyword-Recherche-Tools
- Keywords definieren, mit denen irrelevante Suchanfragen ausgeschlossen werden
- Aufwände kalkulieren und Budget planen, Preisvergleiche durchführen
- Werbeplätze zu Suchanfragen ersteigern und kaufen
- Anzeigen erstellen und optimieren
- Anzeigentexte unter Berücksichtigung der Unternehmensziele erarbeiten
- Anzeigen unter Beobachtung von Trends und saisonalen Schwankungen optimieren
- SEA-Strategien und Kampagnen konzipieren und umsetzen
- Markt-, Wettbewerbs- und Trendanalysen durchführen
- Leistungskennzahlen wie z. B. Key Performance Indicator (KPI) auswerten
- bestehende Kampagnen optimieren
- Reportings erstellen, Handlungsempfehlungen formulieren
- Performance der Webpräsenz überwachen
- Kunden beraten und betreuen
- Schulungen und Workshops durchführen
- Führung und fachliche Leitung von SEA-Teams

Anforderungen

- Anwendung und Bedienung digitaler Tools
- Datensicherheit und Datenschutz
- Fremdsprachenkenntnisse
- gute Beobachtungsgabe
- gutes Gedächtnis
- kaufmännisches Verständnis
- Präsentationsfähigkeit
- wirtschaftliches Verständnis

- Aufgeschlossenheit
- interkulturelle Kompetenz
- Kommunikationsfähigkeit
- Kontaktfreude
- Kritikfähigkeit
- Kund*innenorientierung

- Aufmerksamkeit
- Begeisterungsfähigkeit
- Beurteilungsvermögen / Entscheidungsfähigkeit
- Flexibilität / Veränderungsbereitschaft
- Konzentrationsfähigkeit
- Selbstorganisation
- Zielstrebigkeit

- Informationsrecherche und Wissensmanagement
- Koordinationsfähigkeit
- Kreativität
- systematische Arbeitsweise
- Umgang mit sozialen Medien

© ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft