
CV

LEA LINK



ÜBER MICH

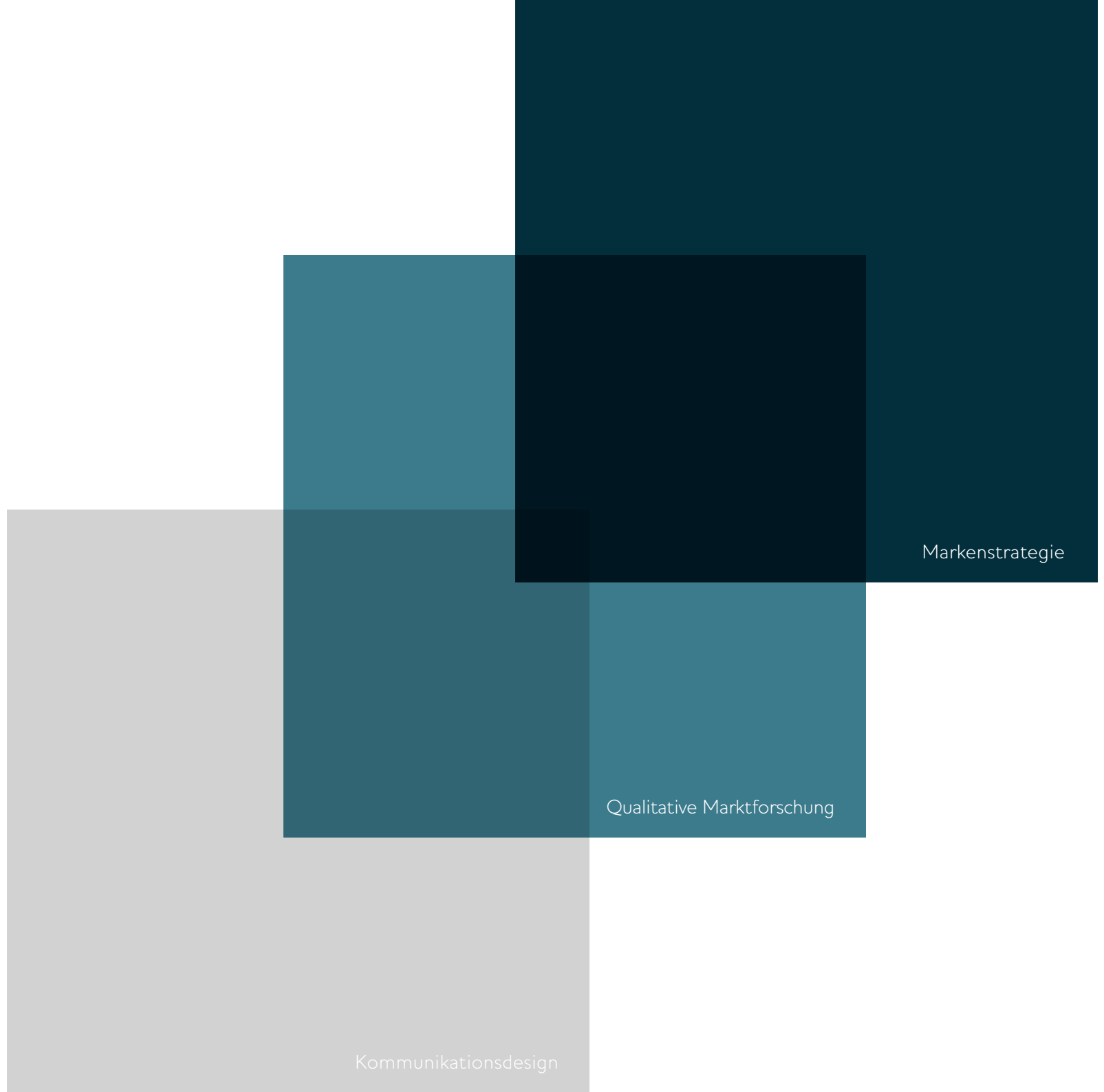


Nach meinem Abitur entschied ich mich für einen 12-monatigen Auslandsaufenthalt in Australien. Aus einem Jahr sind schließlich zehn Jahre geworden.

2009 kehrte ich nach Deutschland zurück, wo ich die nächsten zwei Jahre in Berlin verbrachte, bevor ich anschließend nach London zog.

Mein Leben in verschiedenen Ländern und Kulturen hat es mir ermöglicht, viele wertvolle Erfahrungen zu sammeln und ich hatte das Glück, von fantastischen Menschen begleitet zu werden, von denen ich beruflich wie auch persönlich viel gelernt habe.

Ich halte es für wichtig, dem Leben offen gegenüber zu stehen, sich verschiedenen Ansichten und Perspektiven auszusetzen um neuen Möglichkeiten Raum zu geben. Meiner Meinung nach sind es die verschiedenen Blickwinkel auf einen Sachverhalt, die ein wahres Verständnis oftmals erst ermöglichen.

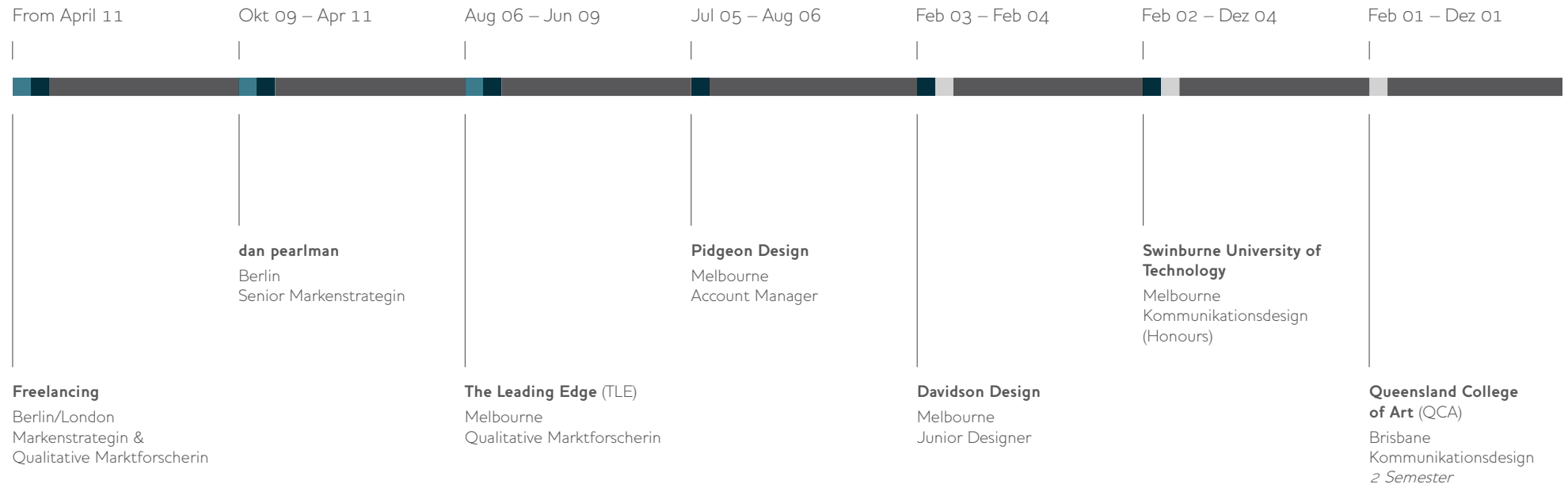


Markenstrategie

Qualitative Marktforschung

Kommunikationsdesign

ARBEITSERFAHRUNG



ARBEITSERFAHRUNG


 Okt 09 – Apr 11

dan pearlman, Berlin – Markenstrategin

Aufgabenbereiche:

- Konzeption und Moderation von Workshops mit Führungskräften in den Bereichen Markenkonzeption, Markenpositionierung, Markenarchitektur und Internal Branding
- Qualitative Zielgruppenanalyse: Moderation und Auswertung von Fokusgruppen und Einzelinterviews mit externen und internen Zielgruppen
- Übersetzung von Zielgruppenprofilen in kreative Kommunikationsmedien (z.B. Film)
- Erarbeitung und Umsetzung von kreativen Konzepten im Bereich der Markenstrategie und Markenkommunikation
- Strategische Entwicklung von Marken und Markenmodellen
- Inhaltliche und grafische Erarbeitung internationaler Vorträge
- Selbstständige Kundenführung
- Erstellung kreativer Präsentationen

Kunden: Mercedes-Benz, Samsung, Bayer Schering, Marc O'Polo, Tally Weijl, Camel Active, Oxfam, Calamar, Dussmann

 Aug 06 – Jun 09

The Leading Edge (TLE), Melbourne – Qualitative Marktforscherin

Aufgabenbereiche:

- Konzeption und Moderation von Workshops mit Führungskräften in den Bereichen Zielgruppenanalyse, Produkt Innovation und Markenpositionierung
- Konzeption und Moderation von kreativen Workshops mit Zielgruppen
- Design von Rekrutierungskriterien und Diskussionsleitfäden
- Moderation, Analyse und Auswertung von Fokusgruppen und Einzelinterviews mit verschiedenen Ziel- und Altersgruppen
- Anwendung vielseitiger Forschungsmethoden: Ethnographische Studien, Shopping Safaris, Online Plattformen (Blogs und Online Communities)
- Weiterentwicklung alternativer und kreativer Forschungsmethoden
- Selbstständige Kundenführung
- Erstellung kreativer Präsentationen

Kunden: L'Oréal, Nokia, Subway, Cadbury, Oakley, Australian Football League, 7-Eleven, Fosters, Medibank, General Mills, Simplot, SPC, SCA, PZ Cussons, Philip Morris, General Property Trust, Don

Training:

- Inside Insights – Intensivtraining zur Entwicklung von Marketing Insights
- Qual School Advanced – Erweiterung von qualitativen Fähigkeiten und Analysemethoden
- Presenting to Win – Ausbau von Präsentations- und Moderationsfähigkeiten
- Semiotic Analysis – Weiterbildung im Bereich Semiotik

ARBEITSERFAHRUNG UND AUSBILDUNG

■ Jul 05 – Aug 06

Pidgeon Design, Melbourne – Account Manager

Aufgaben:

- Selbstständige Kundenbetreuung
- Ausarbeitung von Timings und Budgets
- Finanzielle Supervision von Projekten
- Leitung interner und externer Meetings
- Erstellung von kreativen Briefings
- Briefing der Design Teams
- Projekt- und Produktionsmanagement

■ Feb 03 – Feb 04

Davidson Design, Melbourne – Junior Designer

Studentische Arbeitserfahrung

■ Feb 02 – Dez 04

Swinburne University of Technology, Melbourne

Graphic Design Honours – Abschluss mit Auszeichnung (Distinction)
Schwerpunkt: Markenkommunikation

■ Feb 01 – Dez 01

Queensland College of Art (QCA), Brisbane

Abschluss von zwei Semestern mit anschließendem Wechsel nach Melbourne

Jun 98

Gymnasium Philippinum, Marburg

Abitur

April 79

geboren in Marburg/Lahn

PROJEKTE FREELANCING



Kunde: **Fitness First** Projekt: Markenarchitektur Workshop & Qualitative Marktforschung, 2011

Strategischer Markenworkshop zur Entwicklung architektonischer Leitideen aufgrund der bestehenden Fitness First Markenidentität. Die entwickelten Konzepte wurden anschließend mit Konsumenten anhand von qualitativen Fokusgruppen getestet.

Kunde: **Oxfam** Projekt: Markenworkshop & Qualitative Zielgruppenanalyse, 2011

Strategischer Workshop mit dem Schwerpunkt Zielgruppendefinition. Die im Workshop erarbeiteten Zielgruppenprofile und -bedürfnisse wurden anschließend in qualitativen Fokusgruppen weiter erforscht und belegt.

Kunde: **Diesel Technic** Projekt: Markenworkshop & Qualitative Zielgruppeninterviews, 2011

Strategischer Markenworkshop zur Entwicklung der Marke Diesel Technic. Um den Bedürfnissen der Geschäftskunden zukünftig gerecht zu werden, wurden vor dem Workshop Zielgruppeninterviews durchgeführt, die wichtigen Input während des Workshops lieferten.

PROJEKTE DAN PEARLMAN



Kunde: **COEO** Projekt: COEO Markenentwicklung, 2010

Konzeption und Moderation eines Markenworkshops zur Entwicklung der Marke COEO. Die Marke diente anschließend als Leitfaden bei der Gestaltung des Stores, welcher als **Store of the Year 2011** ausgezeichnet wurde.

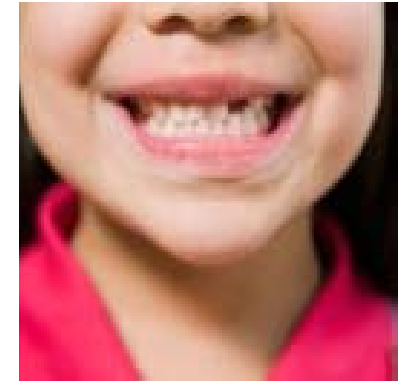
Kunde: **Mercedes Benz** Projekt: Führungskräfteworkshop, 2010

Konzeption eines Workshops für Mercedes Benz, um Führungskräften die Marke Mercedes Benz auf emotionale Art und Weise näher zu bringen und sie somit auf ihre Rolle als Markenbotschafter vorzubereiten.

Kunde: **Samsung** Projekt: IFA Event, 2010

Entwicklung einer Leitidee für die Promotion der neuen 3D Fernseher auf der IFA. Ziel war, das Thema 3D zum Leben zu erwecken und die Marke Samsung in den Köpfen und Herzen von Konsumenten zu verankern.

PROJEKTE LEADING EDGE



Kunde: **Australian Football League (AFL)** Projekt: Dream Team, 2008

Gruppeninterviews mit Australiens Football-Stars zur Entwicklung einer neuen Werbekampagne. Ziel dieses Werbespots war es, der australischen Gesellschaft professionelle Sportler auf menschlicher Ebene näher zu bringen und Vorurteile abzubauen.

Kunde: **General Property Trust (GPT)** Projekt: Future Style Shapers, 2008

Ein Projekt mit Melbournes Trendsettern für ein innovatives Einkaufszentrum. Aufgabe war es, eine Handelsstrategie zu entwickeln, die den täglichen Konsumenten inspiriert und die Persönlichkeit von Melbourne zum Ausdruck bringt.

Kunde: **Simplot** Projekt: Captain Fishfinger, 2007

‘Spielgruppen’ mit 5-8 Jährigen, um neue Produktideen im Lebensmittelbereich zu testen. Die Arbeit mit Kindern war so herausfordernd wie belohnend und hat mir persönlich sehr viel Spaß gemacht.

MEINE LEISTUNGEN

ll@lealink.com
www.lealink.com

UK + 44 7857 296 586

GER + 49 1785 547 267

Strategische und kreative Markenworkshops

Konzeption, Moderation und Auswertung von Workshops in folgenden Bereichen:

- Einführung in die Welt der Marke und des Konsumenten
- Erarbeitung des corporate Status Quo (Gap Analyse)
- Markenkonzeption: Erstellung einer handlungsleitenden Markenidentität
- Zielgruppenanalyse: Entwicklung und Vermittlung von authentischen Zielgruppenprofilen
- Markenerlebnis und Markenkommunikation: Entwicklung kreativer Umsetzung der Marke
- Architektonische Umsetzung der Marke: Entwicklungen von Look & Feel als Grundlage architektonischer (gestalterischer) Leitideen
- Internal Branding

Qualitative Marktforschung/Zielgruppenanalyse

Moderation, Analyse und Auswertung von:

- Fokusgruppen
- Einzelinterviews
- kreativen Zielgruppen-Workshops
- Shopping Safaris
- Online Plattformen (Blogs und online Communities)
- Ethnographischen Studien
- Semiotischer Produkt- und Marktanalyse

