

Brand Experience Manager - ein Berufsbild mit Zukunft



Andreas Grass, Associate Director & Head of Brand Experience Management, Allianz SE

Die IBA Internal Branding Academy startet im Oktober 2015 erneut mit dem modular aufgebauten Zertifikatslehrgang zum Brand Experience Manager in München. Um Diskussionsstoff und praxisrelevante Informationen für die LehrgangsteilnehmerInnen zu gewinnen hat Hannes Maier, der GF von Symbiosis Branding & Strategy und Gründer der IBA, Herrn Andreas Grass, Associate Director & Head of Brand Experience Management der Allianz SE aus München im Vorfeld des Zertifikatslehrgangs zur Bedeutung des Brand Experience Managements in der Markenführung befragt.

Wie kam es dazu, dass bei der Allianz die Position eines „Head of Brand Experience Management“ installiert wurde?

Die Position basiert auf einer organischen Entwicklung und reflektiert die Notwendigkeit ein holistisches und durchgängiges Markenerlebnis an den wichtigsten Touch Points und in relevanten Customer Journeys zu definieren und umzusetzen.

Wo genau ist diese Position angesiedelt? (hinsichtlich Organigramm, direct report, etc.)

Die Position ist momentan noch im Global Brand Management verortet welches Teil des globalen Marketing ist.

Welche Aufgaben haben Sie konkret in Verbindung mit dieser Position zu erfüllen?

Die Aufgabenbereiche sind noch fließend aber im wesentlichen umfassen sie die 3 Bereiche Brand Identity, Brand Engagement & Brand Delivery.

Was genau ist das Ziel Ihrer Stelle und woran werden Sie gemessen? (KPIs, etc.)

Ziel ist es eine nachhaltiges und gewinnendes/engaging Markenerlebnis zu schaffen das wesentlich zu einem positiven Kundenerlebnis beiträgt und sich damit auch auf die Weiterempfehlungsbereitschaft des Kunden auswirkt. Dies ist auch der relevante KPI (NPS) an welchem wir die Weiterempfehlungsbereitschaft und Kundenloyalität messen.

Welches Anforderungsprofil ist mit Ihrer Position verbunden? (Qualifikation, Erfahrung, Kompetenzen, ...)

Eine Qualifikation im Bereich Marketing und/oder Brand Management ist für diese Aufgabe sicherlich die richtige Basis. Zusätzliche Erfahrungen in Markenberatung und Kommunikationsmanagement wären zudem hilfreich.

Welche Schattenseiten bringt der Beruf eines Brand Experience Managers mit sich?

Die Aufgabenbereiche sind in diesem Bereich noch nicht klar abge-

steckt was oft dazu führt, daß das Jobprofil auch noch nicht wirklich verinnerlicht und erklärbar ist.

Was ist das coolste an Ihrem Job?

Das coolste ist die Vielfältigkeit der Aufgaben und vor allem die Möglichkeit ein tangibles und nachhaltiges Markenerlebnis an allen relevanten Kundenkontaktpunkten zu schaffen und weiterzuentwickeln.

Herr Grass, vielen Dank für das informative Gespräch. Wir wünschen Ihnen auch weiterhin viel Erfolg als Head of Brand Experience Management der Allianz SE!

Mehr Infos zum Thema Brand Experience Management finden Sie [hier](#).



Zertifikatslehrgang zum
BRAND EXPERIENCE MANAGER
3 Module á 2 Tage plus 1 Praxistag

Mitarbeiter zu Markenbotschaftern
& Kunden zu Fans machen

Für Mitarbeiter/innen und externe Berater/innen aus den Bereichen Marketing oder Branding, Corporate Communications, HR, PE, OE.

