

Auf einen Blick

Die wichtigsten Punkte für dein Gespräch

SCHWERPUNKT DES GESPRÄCHS

Der Interview-Schwerpunkt wird sehr wahrscheinlich auf deiner direkten Passung zu B2B-Performance-Marketing mit Google Ads, Conversion-Tracking, E-Mail-Outreach sowie auf deiner Fähigkeit liegen, Kundenkanäle eigenverantwortlich und datenbasiert weiterzuentwickeln.

DEINE KERNBOTSCHAFTEN

Mehrjährige Erfahrung im B2B-Online-Marketing mit Schwerpunkt auf IT-Kunden
Starker Fokus auf Google Ads, Keyword-Recherche, Kampagnenoptimierung und Conversion-Tracking
Praxis in E-Mail-Sequenzen und datenbasierter Optimierung mit messbarer Antwortquoten-Steigerung

GEHALT AUF DEN PUNKT

52.000 bis 58.000 Euro Brutto pro Jahr, mit einer Verhandlungsspanne von etwa 5 bis 10 Prozent

Wenn das Thema im Erstgespräch aufkommt, nenne die Spanne ruhig und ohne Rechtfertigungsmonolog.

DIE WICHTIGSTEN FRAGEN

GAP-FRAGEN

Schwer

In der Anzeige wird auch technisches E-Mail-Setup zur Erhöhung der Zustellbarkeit genannt. In deinen Unterlagen sehe ich vor allem Sequenzaufbau, Copywriting und Auswertung. Wie nah warst du bisher an den technischen Teilen des E-Mail-Outreach dran?

Antworte offen und ohne Defensive.

GAP-FRAGEN

Schwer

Klarleads nennt auch Landingpage-Entwürfe mit Tools wie Relume.io. In deinen Unterlagen steht vor allem, dass du Landingpages überarbeitet oder gepflegt hast. Wie weit geht deine konzeptionelle Verantwortung bei Landingpages heute?

Grenze sauber ab, was du bereits sicher kannst: Nutzerführung, Botschaft, Conversion-Ziele, Testideen, Briefing.

VERTIEFUNGSRAGEN

Schwer

Die Stelle verlangt, Kampagnen nicht nur umzusetzen, sondern strategisch voranzutreiben. Wo siehst du den Unterschied zwischen operativer Betreuung und echter Kanalverantwortung?

Zeige, dass operative Umsetzung nur ein Teil ist.

DEINE VORTEILE

- Du kannst zusätzlich deinen B.A. in Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing als fachliches Fundament nennen.
- Bringe deine Abschlussarbeit zu Suchintention im B2B-Suchmaschinenmarketing ein, weil sie deine inhaltliche Tiefe im Suchmaschinenumfeld unterstreicht.
- Erwähne, dass du neben Google Ads auch mit HubSpot, Looker Studio und weiteren Marketing-Tools gearbeitet hast, um deine Breite zu zeigen.
- Du kannst deine Google Ads Search Certification als zusätzliches Glaubwürdigkeitssignal aktiv einbringen.

DEINE TOP-RÜCKFRAGEN

Wie ist die Verantwortung zwischen Marketing Manager und Projekt Manager im Alltag genau aufgeteilt?
Nach welchen Kennzahlen bewertet ihr Erfolg auf Kanalebene bei euren Kunden am häufigsten?
Wie sieht die Einarbeitung in den ersten Wochen aus, insbesondere bei bestehenden Kundenaccounts und internen Prozessen?

ABLAUF

1 · Telefoninterview

2 · HR-Gespräch

3 · Fachgespräch