
GERRIT D. STROOMANN

(MBA / BA)



Stroomann@gmx.net



+49 (0)173 - 20 22 555



<http://gerrit.hamburg/>

BERUFLICHE ZIELSETZUNG

Festanstellung oder ggf. Übernahme von Projekten und Interim-Mandaten, mit Führungsverantwortung in Europa in den Bereichen: Marketing, Digital, eCommerce, App-/Mobile Business und Strategie im Bereich Tourismus, Transport, Nachhaltigkeit und Digital.

ZUSAMMENFASSUNG

Marketing-, Digital- und eCommerce Experte mit besten strategischen und operativen Hands-on Fähigkeiten, >18 Jahren Berufserfahrung (in Linie, Beratung, selbständig), mit langjähriger Personal- & Budgetverantwortung sowie Auslandserfahrung

BERUFSERFAHRUNG

01/2013 - heute

IVISORY DIGITAL SOLUTIONS GMBH

INHABER / INTERIM- & PROJEKTMANAGER DIGITAL

Projektübernahme (Konzern, Mittelstand, Startup) in den Bereichen Digitale Transformation, eCommerce, Apps, Multichannel Vermarktung, Digitales Marketing, Content, Social & Search sowie Implementierung Künstliche Intelligenz (KI): Projekte und Interim-Mandate (Details im Anhang):

- 2022-2023 FASTREVIEW - Markteinführung DE/AT für eine chipbasierte Kundenfeedback-Lösung für Hotellerie, Gastronomie und Reiseveranstalter
- 2022 APONEO.com / ATIDA (B2C), BERLIN: Interim Chief Commercial Officer (Einkauf, Verkauf, Marketing, CRM, Shops) für 5 Onlineapotheken-Marken
- 2021-2022: APUS (B2B) – Vermarktungskonzept und Investorensuche für das weltweit erste H₂-Flugzeug für nachhaltiges, emissionsfreies Fliegen
- 2021-2022: Alva Yachts (B2B2C) - Entwicklung einer Vision, konzeptioneller Ansatz zur Markteinführung und -ausbau von elektrifizierten Booten
- 2019-2021 FREE NOW (B2C), HAMBURG: Interim VP International Lifecycle Marketing (Brand, Site-Management, CRM, SEO/ASO, Performance)
- 2017-2019 APCOA (B2C), STUTTGART: Launchmanager Mobile App, Interim Director Digital
- 2015-2017 GOOGLE (B2B), HAMBURG: Campaign Management Multichannel Partnersales
- 2015 BEIERSDORF (B2C), HAMBURG: Aufbau Performance Marketing Nivea.com Re-launch
- 2014-2016 GENIALOKAL (B2X), HEIDELBERG: Projekt: Launch eCommerce Plattform
- 2014-2015 ATELIERS (B2C), MÜNCHBERG: Interim Lead Re-Strukturierung Online Marketing
- 2014 DB SCHENKER (B2B), ESSEN: Entwicklung eines Logistik eCommerce Produktes
- 2006-2011 OTTO GROUP (B2C), HAMBURG: Digitale Transformation des Kataloghändlers zum einzigen überlebenden deutschen Omnichannel-Händler

METHODENKOMPETENZ

- Erarbeitung neuer Geschäftsfelder und Online-Geschäftsmodellierung
 - Strategieentwicklung und Steuerung inkl. Positionierung, USP-Definition, Kanalselektion, Dienstleistungsauswahl
 - Wachstumsstrategien, Markteintritt, datenbasierte Optimierungen und Vermarktungsansatz
 - Performance-Marketing, Customer Journey & Lifecycle Marketing, Digital Marketing (SEA, SEO, RTB, Paid Social, Social Media, Dialog, Mobil) unter Customer Lifetime Value (CLV) Gesichtspunkten nebst automatisiertem Customer Relationship Management (CRM)
 - Webanalyse / KPI-Systeme
 - Prozessoptimierung/-steuerung
 - Programm- & Projektmanagement
-

PERSÖNLICHES

Geboren 13. August 1972 in Hamburg, verheiratet, vier Kinder



- Mitglied Rotary International
 - Versammlung eines Ehrbaren Kaufmanns zu Hamburg
 - Alumnus und Postgraduate Ambassador LMU / London
 - Auslandsrepräsentant BVMW
 - BAFA-Berater (Bundesamt für Wirtschaft & Ausfuhrkontrolle) für Digitale Themen
-

05/2012 – heute

SOCIAL MEDIA AKADEMIE, MANNHEIM DOZENT FÜR ONLINE MARKETING

Digitales Marketing in der gesamtheitlichen Betrachtung: Der Kunden-Lifecycle von Branding bis Churn

04/2011 – 04/2013

THE REACH GROUP GMBH, HAMBURG GESCHÄFTSFÜHRER

Agentur für strategisches Online-Marketing (Search, Social, Data Driven Ads, CRO, Commercial Due Diligence) für Konzerne, Mittelstand und Start-Ups. Kernbranchen: Handel, Publisher, Immobilien, Hersteller, Pharma, Touristik

01/2006 – 03/2011

D-GROUP GMBH (ACCENTURE), DÜSSELDORF SENIOR MANAGER

Management-Beratung für Digitales Wachstum, Change & Transformation in Distanzhandel, FMCG, Medien im Konzernumfeld

12/2002 – 09/2004

LIBRI GMBH, HAMBURG LEITER MARKETING

Aufbau, strategische Führung und operative Betreuung des Endkunden-Marketings für eigene B2C Plattform und 1.000 B2B White Label Shops

10/2000 - 12/2002

BERTELSMANN DIRECT GROUP, MÜNCHEN MANAGER NEUKUNDENMARKETING

Aufbau BOL.com. On- / Offline Marketing für Neukundenakquise im B2C Medien-eCommerce Umfeld

AUSBILDUNG

09/2004 - 12/2005

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION (MBA) LONDON METROPOLITAN UNIVERSITY, GB

10/1997 - 07/2000

BACHELOR (MARKETING & INT. BUSINESS) UNIVERSITY OF NORTH LONDON, GB

08/1994 - 07/1996

BANKKAUFMANN

DEUTSCHE BANK AG, HAMBURG

06/1994

ABITUR

GYMNASIUM HOCHRAD, HAMBURG

ANHANG: Detail-Projektübersicht Gerrit Stroomann

02.2022 – 08.2022 APONEO

#Pharmacy #eCommerce #B2C

Berlin

Neuausrichtung und Leitung einer übergreifenden kaufmännischen Abteilung (Einkauf + Verkauf) für 5 eCommerce Plattformen zum Turnaround, mit dem Ziel, Marge (CM5) nachhaltig zu steigern. Parallel, Migration aller Marken in eine europäische Brand. Abteilungen neben Einkauf (Category Management, Procurement, Purchasing, Disposition) auch Marketing (Shopmanagement, Produktmanagement, Merchandising, Performance Marketing, Organic Traffic, CRM, Content, Technische Projekte). Abteilung: 30 FTE, 5 Directs, PE backed Company. Marketing-Budget 8-stellig, Umsatz p.a. 9-stellig

→ Rolle: Chief Commercial Officer (CCO) Germany

→ Erfolge: Neuausrichtung und turnaround von neg. DB in positives Ergebnis, über 80 Projekte priorisiert und aufgesetzt, Margenhebel identifiziert und umgesetzt, BAU und Team von 30 FTE geleitet

06.2021 – 02.2022

KIDOD

#Medical #Health #Markteinführung #B2B

Tel Aviv (Israel)

Markteinführung eines innovativen In-Vitro Diagnosegerätes, das am Point-of-Care ohne Labor binnen von 50 Sekunden ein verlässliches Testergebnis mit Spezifität / Sensitivität ähnlich wie PCR Tests für COVID-19, bietet. Neben Planung auch verantwortlich für Zertifizierungen, Produktstrategie, Vertriebs- und Marketingansatz, Fulfilment.

→ Rolle: EU Expansion Manager

→ Bisherige Erfolge: Anforderungsmanagement, Zulassungen (IVD, ISO, CE), Markt-Sounding, Studien-Begleitung

11.2019 – 03.2021

FREE NOW

#Mobility #App #B2C

Hamburg

Übernahme der zentralen Lifecycle Marketing Abteilung (Digital Marketing, CRM, ASO, SEO, Partnerschaften), um das Team interimistisch zu führen, die bestehenden Märkte zu erweitern, das Performance Marketing auf Profitabilität auszurichten, Automatisierungen im mCRM zu erhöhen, organischen Traffic zu verbessern und eine Abkehr von einem last-cookie CPN (Cost per New user) auf einen CLV (Customer Lifetime Value)-Ansatz auszurichten.

>2m€ Tools-/Testing Budget, >30m€ Mediabudget, 12 Länder, 35 Mitarbeiter (zwischen 4 und 12 direct leads)

→ Rolle: Director Lifecycle Marketing

→ Team durch Covid-Zeiten, Kurzarbeit & Restrukturierung geführt, Profitabilität initiiert, Data & Analytics angepasst

08.2019 – 11.2019

BABEL

#eLearning #App #B2C

Berlin

Planung und Markteinführung einer B2C-App (IOS / Android) im e-Learning über einen datenbasierten Programmatic Advertising Ansatz in Indien. Parallel Analyse und Optimierung der Länderperformance in Polen über alle Kanäle

→ Rolle: Berater, Digital Marketing Experte

→ Launch und Markteinführung Indien erfolgreich geplant und initiiert“.

03.2018 – 02.2019

ViTROX

#Produktionsindustrie #IoT #B2B

Penang (Malaysia)

Expansion und Markteintritt Europa für einen malaysischen Hersteller optischer Inspektionssysteme mit algorithmusbasierter Wartungsprognose. Aktivitäten beinhalteten: Aufbau der Europäischen Holding, Content-Strategie, Tonality, Webauftritt, Merchandising, Marketingmaterial, Pitch Deck, allgemeines Marketing, Aufbau einer Vertriebsorganisation.

→ Rolle: internationaler Projektmanager

→ Unternehmen erfolgreich auf dem europäischen Markt etabliert, an Ausschreibungen teilgenommen

11.2017 – 02.2019

APCOA

#Mobility #IoT #App #B2X

Stuttgart

Planung und Markteinführung einer B2C-App (IOS / Android) im Mobilitätssegment inkl. Produktentwicklung, digitalem Marketing (Online und Mobile) mit Fokus auf Landingpage/UX, Content, PPC, Social Media, AppStore Ads, App Store Optimization (ASO) und RTB sowie klassisches Marketing (Beschilderung, PR, Werbung, Radio), Reporting, Pflege und

PROFIL G.STROOMANN

Optimierung, Internationaler Roll-Out und Change Management / Coaching. Zudem interimistische Marketing-Direktoren Posten übernommen.

→ Rolle: Projektmanager, Digital Marketing Experte, interimistisch Marketing-Direktor

→ Launch und Markteinführung Deutschland erfolgreich nach nur 8 Monaten, Rollout Europa auf dem Weg, Unternehmenstransformation „b2c und digital“. KPI der ersten 6 Monate: 37.000 App-Installs, 600.000 App-Öffnungen, 25.000 Transaktionen, 2.000 aktive Benutzer / Tag

11.2015 – 04.2017 **GOOGLE** **#Suchmaschine #B2B #Online-Vertrieb** **Hamburg**

Konzeption, Strategie, Maßnahmenplanung und -durchführung für Generierung neuer B2B Werbekunden für eine Suchmaschine. Planung und Umsetzung beinhalteten: Kampagnenentwicklung, Content-Konzept, Materialproduktion, Text- und Content-Erstellung, Direktmarketing, RTA, Festivals, Merchandising, Messe- und Eventplanung, Video-Spot-Erstellung, Fotoshooting, Controlling der Channel-Performance.

→ Rolle: Projektmanager Digitale Kanäle

→ Als Lead Agent für die Vertriebsabteilung wurde ein neuer Kampagnentyp und -ansatz erarbeitet, etabliert und umgesetzt, der kanalübergreifend eine beträchtliche Anzahl neuer Werbekunden generierte

05.2015 – 09. 2015 **Beiersdorf** **#CosMed #OnlinePortal #eShop #B2C** **Hamburg**

Planung und Implementierung eines Digitalen Performance Marketings (SEO, SEA, RTA), basierend auf einem neu entwickelten KPI- und Analytics-System für eine neu gestartete Online-Plattform, die Inhalte, eCommerce und Beratung in einem Ansatz vereint. Zudem wurde im Unternehmen ein Bewusstsein für digitale Kanäle, neuem Content, Analysen, Messbarkeiten und Maßnahmenableitungen auf Datenbasis etabliert. Follow-Up war die globale Rollout-Planung, da die Marke bereits höchst erfolgreich auf dem Weltmarkt etabliert ist.

→ Rolle: Lead Performance Marketing

→ Eine skalierbare Performance-Marketing Blaupause und eine Roadmap wurden erfolgreich entwickelt

11.2014 – 02.2016 **Genialokal.de** **#eCommerce #Multichannel #B2C** **Hamburg**

Machbarkeitsstudie, Business-Planung, Konzept und agiles Projektmanagement zur Einführung eines E-Commerce-Portals mit über 600 stationären Einzelhändlern und deren Sortimenten mit insgesamt 3 Millionen Artikeln.

→ Rolle: Projektleiter, Launchmanager, Head of Digital Marketing (SEO / SEA / Social)

→ Plattform wurde innerhalb Zeit- und Budgetrahmen gestartet und ist seitdem in Betrieb

08.2014 – 06.2015 **AtelierGS** **#Versandhandel #Fashion #eCommerce #B2C** **Münchberg**

Überprüfung, Optimierung und Neuausrichtung der Online-Marketing-Abteilung zur Anpassung der Strategie, Prozesse und Maßnahmen, um neue Zielgruppen anzusprechen und zu erschließen.

→ Rolle: Interim Manager Digital Marketing, Strategieberater für GF, Change Manager Digital

→ Einrichtung eines KPI-gestützten Online-Marketing-Umfelds, Implementierung neuer Prozesse, neuer Lieferanten und neuer Fähigkeiten im Unternehmen

01.2014 – 06.2014 **DB Schenker** **#Logistik #eCommerce #B2B** **Essen**

Entwicklung eines europäischen Logistikprodukts für E-Commerce Händler. Ableitung einer Vision, USP-Entwicklung, Positionierungs- und Markteintrittsstrategie aus Kundensicht. Seminare und Workshops Endkundenabforderungen und Marktsicht im Top-Management und 2. Ebene.

→ Rolle: Teamlead Markt & Kunde, Changemanagement

→ Produkt definiert, Eignung / Machbarkeit auf europäischen Märkten getestet

03.2006 – 03.2011 Otto Group #Versandhandel #eCommerce #B2C Hamburg

Transformation eines kataloggetriebenen etablierten Versandhändlers in eine digital ausgerichtete Organisation mittels neuer Konzernstrategie, IT-Strategie, Marketing, Einkauf auf Vorstandsebene.

→ Rolle: PMO und Lead Marktanforderungen (Otto.de / BonPrix / Heine / Baur uvw.)

→ Konzern über alle Subunternehmen, Fachbereiche, Mitarbeiter auf digitale Zukunft ausgerichtet. Über 250 Projektbeteiligte über 5 Jahre geführt und begleitet.