

ZEIG UNS DEIN TALENT MIT DEM EAST END COPYTEST UND WERDE TEIL DER CREW



Herzlich Willkommen beim EAST END Copytest. Hier kannst Du Deine Kreativität, Dein Know-How und Dein Umsetzungs-Talent unter Beweis stellen. Der Test teilt sich in 3 verschiedene Themenbereiche:

- 1.) Dein Verständnis des Begriffs Markenerlebnis
- 2.) Dein kreatives Gespür und
- 3.) Dein Talent, Dinge „Auf-die-Straße-zu-bringen“

Suche Dir aus allen drei Bereichen je EINE Aufgabe aus, die du uns dann in einem Format Deiner Wahl zukommen lässt. Wir nehmen alles von ppt, pdf, Video oder auch gemalte Werke. Hauptsache die Substanz stimmt. Überzeuge unsere Director Human Resources Nicole Martens (Nicole.Martens@east-end.de) von Deiner Leidenschaft, Macher-Mentalität und Deinem Einfallsreichtum. Rock'n Roll, los geht die wilde Fahrt...sagen Deine Kollegen bei EAST END.

Was ist für Dich ein Markenerlebnis?

1. Der Wikipedia-Eintrag

Schreibe und/oder illustriere einen inhaltlich starken und gleichzeitig inspirierenden Wikipedia-Eintrag zum Stichwort „Markenerlebnis“.

2. Der Elevator-Pitch

Überzeuge einen Marketing-Vorstand im Fahrstuhl davon, dass für ihre/seine Marke kein Weg an einem Markenerlebnis von EAST END vorbeiführt. Du hast genau 3 Sätze und maximal 2 Minuten dafür Zeit, bevor seine/ihre Aufmerksamkeitsspanne wieder geschlossen ist. Wie und was sagst Du?

Zeig uns Deinen Einfallsreichtum:

3. Das Festival Konzept (B2C)

Eine bekannte Versicherung möchte ihre neue Haftpflichtversicherung einer jüngeren Zielgruppe nahebringen. Dafür sind Markenerlebnisse auf großen Musikfestivals geplant. Entwickle eine Konzeptidee mit rotem Faden, um die Festival-Fans und Versicherung zusammenzubringen – so unterschiedlich beide auf den ersten Blick zu sein scheinen. Welche Aktivierung muss Deiner Meinung nach vor Ort stattfinden, damit auf Instagram und Facebook dazu ordentlich gepostet wird?

4. Der Produktlaunch (B2B)

Der Bierkonsum in Deutschland nimmt seit vielen Jahren langsam, aber stetig ab. Eine Traditionsbrauerei möchte dem entgegenwirken und hat sich dazu entschieden, eine neue Bio-Biersorte mit Ingwerextrakt zu entwickeln. Entwickle vor diesem Hintergrund ein Konzept für den Produktlaunch des neuen Bieres auf der nationalen Vertriebskonferenz und begeistere die 200 Außendienstmitarbeiter und Gäste. Leite ein Motto und 2 bis 3 Umsetzungsideen für die Präsentation ab, plane einen Aktionsstand vor Ort und weiterführende Aktivierungen, damit die Vertriebsmannschaft die neue Sorte hochmotiviert in die Regale der Geschäfte und auf die Karten der Gastronomen bringt.

Bring es auf die Straße:

5. Das Lieblingsstück

Welche innovative Technologie möchtest Du unbedingt mal auf einem Event umsetzen und was genau fasziniert Dich daran so? Wie gehst Du vor, eine noch nie umgesetzte Sache von der Theorie in die Praxis zu bringen? Und warum hat das wohl vor Dir noch niemand geschafft?

6. Das Teamwork

Bei uns arbeiten viele verschiedene Bereiche Hand in Hand miteinander. Abteilungen, unterschiedliches Fachwissen, Komplexität, Timings und Abläufe, Sicherheitskonzepte, Genehmigungen und Befindlichkeiten unter einen Hut zu bringen erfordert Management-Skills und Organisationstalent. Was sind Deine Top-Tricks, um für Dich und Dein Team den Überblick zu behalten und Dein Projekt „on time, quality & budget“ auf die Bahn zu bringen – ohne dass die Stimmung leidet?