

Auf einen Blick

Die wichtigsten Punkte für dein Gespräch

SCHWERPUNKT DES GESPRÄCHS

Im Gespräch wird voraussichtlich geprüft, ob Sie Ihre nachweislich starke Marketing- und Führungserfahrung aus dem Technologieumfeld überzeugend auf eine Head-of-Rolle im industriellen Mittelstand mit direkter Geschäftsleitungsnähe übertragen können.

DEINE KERNBOTSCHAFTEN

- Mehrjährige B2B-Marketing-Erfahrung mit DACH-Verantwortung
- Führung eines 12-köpfigen Teams sowie Steuerung eines Budgets von 1,8 Mio. €
- Aufbau von Account-Based Marketing mit 240 % Pipeline-Steigerung in 24 Monaten

GEHALT AUF DEN PUNKT

Ca. 125.000 € bis 145.000 € Brutto-Jahresgehalt, sinnvoller Anker: 138.000 € Brutto jährlich; Verhandlungsspanne etwa bis 145.000 € je nach Bonus, Benefits und Gesamtpaket.

Wenn das Thema früh im Screening aufkommt, nennen Sie den Anker knapp und offen für das Gesamtpaket.

DIE WICHTIGSTEN FRAGEN

GAP-FRAGEN

Schwer

Sie kommen aus dem Technologie- und SaaS-nahen Umfeld, die Rolle ist bei einem Hersteller industrieller Antriebs- und Automatisierungskomponenten. Wie würden Sie sich in dieses Industrieumfeld einarbeiten?

Gehen Sie nicht in die Defensive.

GAP-FRAGEN

Schwer

Sie berichten in Ihren Unterlagen nicht ausdrücklich von direkter Zusammenarbeit mit einer Geschäftsleitung. Wie haben Sie in Ihren bisherigen Rollen Entscheidungen auf höherer Ebene vorbereitet und vertreten?

Beantworten Sie die Frage über typische Entscheidungssituationen: Budget, Prioritäten, Zielkonflikte, Reporting...

GAP-FRAGEN

Schwer

Die Anzeige nennt CRM ausdrücklich, in Ihren eingereichten Unterlagen steht vor allem HubSpot. Wie sicher sind Sie in der Verzahnung von Marketing-Automation und CRM?

Antworten Sie mit einem Integrationsblick: Lead-Definitionen, Übergaben, Lifecycle-Stufen, Datenqualität, Reporting.

DEINE VORTEILE

- Bringen Sie aktiv ein, dass Sie Salesforce auf fortgeschrittenem Niveau beherrschen und dadurch Marketing- und Vertriebssteuerung sauber verzahnen können.
- Erwähnen Sie Looker Studio als zusätzlichen Hebel für transparente KPI-Dashboards und Management-Reporting.
- Falls passend, nennen Sie Ihre Grundkenntnisse in SQL als Signal, dass Sie Datenlogiken verstehen und nicht nur Berichte konsumieren.
- Sie können Ihre Zertifizierung „Account-Based Marketing Professional“ gezielt einbringen, um methodische Tiefe zu unterstreichen.

DEINE TOP-RÜCKFRAGEN

- Wie ist Marketing bei Ihnen heute organisatorisch an Vertrieb und Geschäftsleitung angebunden, und wo sehen Sie die wichtigsten Schnittstellen in dieser Rolle?
- Welche Ziele würden Sie für die ersten sechs bis zwölf Monate in dieser Position als besonders wichtig ansehen?
- Wie weit sind die Themen Account-Based Marketing, KPI-Reporting und Marketing-Automation bei Ihnen heute bereits aufgebaut, und wo erwarten Sie den größten Hebel?

ABLAUF

- 1 · Telefoninterview
- 2 · HR-Gespräch
- 3 · Fachgespräch
- 4 · Abschlussgespräch