

# BRITTA MICKELER

AUSGEWÄHLTE PROJEKTE

**Customer Lifecycle · Digital Growth ·  
CRM & Automation**

Crossfunktionale Führung · Retention · Personalisierung · KI-gestützte Workflows

2026 · Zürich

PROFIL

# Customer Lifecycle & Digital Growth

Strategische Führung an der Schnittstelle von Business, Customer Experience, Daten, CRM-Technologie und Product

Ich verbinde Kundenbedürfnisse, Geschäftsziele, Daten und Technologie, um digitale Customer Journeys, Kundenbindung und kommerzielle Ergebnisse systematisch weiterzuentwickeln.

Bei Tamedia entwickelte ich mich von der Senior Customer Journey Specialist über die Leitung Journey Management und Head of Hub National bis zur Team Lead Digital Sales. In meiner aktuellen Funktion führe ich ein crossfunktionales Team über Akquisition, Conversion, Engagement und Retention hinweg – strategisch, fachlich und disziplinarisch.

Meine Stärke liegt dort, wo Strategie und Umsetzung zusammenkommen: komplexe Themen strukturieren, Chancen identifizieren, Prioritäten setzen, unterschiedliche Perspektiven verbinden und daraus skalierbare Journeys, Wachstumsinitiativen und digitale Lösungen entwickeln.

## Kernkompetenzen

Customer Lifecycle · CRM · Marketing Automation · Retention · Personalisation  
Digital Growth · Conversion · Subscription Business · Data & Analytics  
Crossfunktionale Führung · Stakeholder Management · Product-oriented Delivery

Lifecycle	CRM	Retention	Growth	Leadership
-----------	-----	-----------	--------	------------

## Karriereentwicklung

- Seit 2025 · Team Lead Digital Sales
- 2023–2024 · Head of Hub National
- 2021–2023 · Head of Journey Management
- 2020 · Senior Customer Journey Specialist
- 2017–2020 · Marketing Managerin, Sanitas

## VERANTWORTUNGSBREITE

# Führung, Steuerung und Performance

Full-Funnel-Verantwortung im digitalen Abonnementgeschäft

## Führungsmandat

Strategische, fachliche und disziplinarische Führung eines crossfunktionalen Teams für Akquisition, Conversion, Engagement und Retention.

Priorisierung von Initiativen, Zielvereinbarungen, Feedback, Kompetenzaufbau und Entwicklung der Teammitglieder.

## Steuerungsfelder

- Digitale Abo-Wachstumsstrategie und kanalübergreifende Wachstumsinitiativen.
- KPI-, Budget-, Forecasting- und Reporting-Verantwortung.
- Planung, Steuerung und Auswertung von Kampagnen, Tests und Optimierungsmassnahmen.
- Stakeholder-Management mit Product, Data & Analytics, Marketing, Redaktion, SEO, IT, CRM, Customer Service und Management.
- Automatisierte und personalisierte Journeys mit Salesforce Marketing Cloud und Piano.
- Vertretung von Digital Sales in übergeordneten KPI-, Planungs- und Projektgremien.

## Relevante KPIs

Net Adds	Conversion	Churn	Activation	Net Retention
CLV	ROAS	Forecast	Budget	Funnel KPIs

## Positionierung

Erfahrene Digital-Growth- und Customer-Lifecycle-Führungskraft mit CRM-, Retention-, Daten-, Product- und Automatisierungskompetenz.

CASE 01

# Digital Sales & Customer Lifecycle Leadership

*Integrierte Steuerung von Wachstum und Kundenbindung über den gesamten Lifecycle*

## Ausgangslage

Akquisition, Conversion, Engagement und Retention mussten über spezialisierte Rollen, Kanäle und Stakeholder hinweg integriert geplant und gesteuert werden.

## Meine Rolle

Strategische, fachliche und disziplinarische Führung des Digital-Sales-Squads sowie Gesamtverantwortung für Priorisierung, Zusammenarbeit, Zielerreichung und transparente Performance-Steuerung.

## Vorgehen

- Wachstumshebel entlang des Funnels identifiziert und priorisiert.
- Kampagnen, Tests und Optimierungen geplant, gesteuert und ausgewertet.
- Paid Media, Onsite-Kommunikation, Customer Journeys und Kündigungsprävention verbunden.
- Ergebnisse, Forecasts und Handlungsempfehlungen für Stakeholder aufbereitet.
- Teammitglieder über Ziele, Feedback und Kompetenzentwicklung geführt.

## Beitrag

- Integrierte Full-Funnel-Steuerung statt isolierter Einzelmaßnahmen.
- Kennzahlenbasierte Transparenz für Priorisierung und Entscheidungen.
- Stärkere Verbindung von Strategie, Umsetzung und kontinuierlichem Testing.
- Mehr Ownership und crossfunktionale Zusammenarbeit im Team.

## Tools & Themen

Salesforce Marketing Cloud · Piano · Paid Media · Forecasting · KPI Steering · Retention

CASE 02

# Bildungsschwerpunkt Tages- Anzeiger

*Produktnahe Content-, Zielgruppen-, Distributions- und Monetarisierungsstrategie*

## Projektziel

Aufbau einer nachhaltigen Bildungssäule, die unterschiedliche Zielgruppen anspricht und zu Engagement, Newsletter-Wachstum, App-Installs und Abonnements beiträgt.

## Strategischer Ansatz

- Zielgruppen und User Needs definiert: Berufstätige, Young Professionals/Studierende, Eltern und Lehrpersonen.
- Relevante Themenfelder priorisiert – von digitaler Bildung und KI bis Weiterbildung, Studienwahl und Berufsbildung.
- Formate für Website, App, Newsletter, LinkedIn, Instagram/TikTok und Facebook entwickelt.
- Personalisierung, Smart Tagging, SEO und A/B-Testing vorgesehen.
- Monetarisierungs- und Partnerschaftsmodelle für Education Specials, Newsletter und Events entwickelt.
- Zielgruppenspezifische KPI-Logik für Sign-ups, Trials, App-Installs, Engagement und Conversion definiert.

## Beitrag

- Strukturierte Entscheidungsgrundlage für ein neues redaktionelles Wachstumsfeld.
- Verbindung von Audience Needs, redaktioneller Relevanz und kommerziellem Potenzial.
- Skalierbarer Rahmen für Pilotierung, Testing und Weiterentwicklung.

## Kompetenzen

Audience Strategy · Product Thinking · Content Strategy · Personalisation · Monetisation · KPI Design

CASE 03

# KI-unterstützte Analytics-Audit-Automatisierung

*Standardisierung technischer Auditdaten, Bewertungslogik und Reportgenerierung*

## Ausgangslage

Technische Auditdaten aus GA4, Google Tag Manager, Google Sheets, Google Docs und einem Website-/Consent-Scanner wurden manuell zusammengeführt und bewertet.

## Meine Rolle

Fachliche Konzeption, Strukturierung des Datenmodells und Umsetzung des Workflows.

## Automatisierungslogik

- Zentraler Audit-Hub in Google Sheets mit strukturierter Führung über Audit-IDs.
- Automatisierte Anreicherung über Apps Script.
- Bewertung von GA4-, GTM-, Tag-, Consent- und DataLayer-Signalen.
- Automatische Ableitung von Status, Risiko-Level, Review-Bedarf und Handlungsempfehlungen.
- Versionierte Google-Docs-Reports und PDFs.
- Einsatz von AI/LLM für Logikdesign, Bewertungsregeln, Script-Bausteine und wiederverwendbare Reporttexte.

## Beitrag

- Standardisierung und Beschleunigung eines manuellen Audit-Prozesses.
- Weniger Fehler und bessere Nachvollziehbarkeit.
- Manuelle Arbeit auf Review und fachliche Einordnung reduziert.
- Verbesserte Datenqualität durch klare IDs und Zuordnungslogik.

## Technologien

GA4 · Google Tag Manager · Google Sheets · Apps Script · Google Docs · AI/LLM

PROFIL & KONTAKT

# Erfahrung, Qualifikationen und Ausrichtung

---

## Ausgewählte Qualifikationen

- CAS Digital Product Management with AI, HWZ – 2026 erfolgreich abgeschlossen.
- Project Management Professional (PMP) – 2026.
- Professional Scrum Product Owner I (PSPO I) – 2025.
- Professional Scrum Master I (PSM I) – 2025.
- CS50P: Introduction to Programming with Python, HarvardX – 2025.
- n8n Course Level 1 sowie Anthropic-Kurse zu Subagents und Claude Code – 2026.
- Diplom-Kauffrau, Universität Mannheim.

## Was ich einbringe

Strategy	Leadership	CRM	Growth	Automation
----------	------------	-----	--------	------------

Führungs- und Senior-Expert-Rollen in Digital Growth, Customer Lifecycle, CRM, Marketing Automation, Retention, Customer Journey und produktnahem Digital Business.

---

## BRITTA MICKELER

[linkedin.com/in/brittamickeleer](https://www.linkedin.com/in/brittamickeleer)

mickeler@gmail.com · Zürich