Nina Lorenz

Marketplace Manager

Hamburg • +49 152 67890123 • nina.lorenz@email.de • linkedin.com/in/ninalorenz

KENNTNISSE

Amazon Seller Central
Vendor Central
Amazon Ads
Zalando
A+ Content
Fulfillment by Amazon
Keyword-Recherche
Plentymarkets
Margenanalyse
Excel

AUSBILDUNG

Bachelor of Science
10/2016 - 08/2020
NORDAKADEMIE Hochschule der Wirtschaft
Elmshorn
Betriebswirtschaftslehre

ZERTIFIKATE

Amazon Ads Sponsored Ads Certification
Amazon Ads
2024

SPRACHEN

Deutsch
Muttersprache
Englisch
C1
Französisch
B2

PROFIL

Marketplace Manager mit 6 Jahren Erfahrung im Marktplatzgeschäft, verantwortlich für Amazon, Zalando und Otto in 7 Ländern. Steuert Amazon Ads, optimiert Listings mit A+ Content und plant Bestände für Fulfillment by Amazon gemeinsam mit der Logistik. Bachelor in Betriebswirtschaftslehre der NORDAKADEMIE.

BERUFSERFAHRUNG

Marketplace Manager 02/2023 - heute
Elbstrand Sport GmbH Hamburg

Hersteller von Fitness- und Sportzubehör mit Vertrieb über Marktplätze in 7 Ländern.

- Verantwortung für Amazon, Zalando und Otto mit zusammen 11 Mio. € Jahresumsatz
- Steuerung von Amazon Ads mit 90.000 € Monatsbudget, ACoS von 24 % auf **15 %** gesenkt
- Keyword-Recherche und A+ Content für 1.400 Listings, organischer Umsatz um 27 % gestiegen
- Bestandsplanung für Fulfillment by Amazon mit der Logistik, Out-of-Stock-Quote von 9 % auf 3 %

E-Commerce Specialist Marktplätze 09/2020 - 01/2023
Alsterkind Babywelt GmbH Hamburg

Marke für Babyausstattung und Kinderzimmermöbel.

- Umstieg von Vendor Central auf Amazon Seller Central für 600 Artikel ohne Umsatzeinbruch
- Pflege der Produktdaten über Plentymarkets für 4 Marktplätze in Deutschland und Österreich
- Wöchentliche Margenanalyse je Artikel in Excel als Grundlage für Preis- und Werbeentscheidungen
- Klärung von Kontosperren mit dem Seller Support, 3 Sperren innerhalb von **48 Stunden** aufgehoben

Werkstudentin Vertrieb 04/2019 - 08/2020
Alsterkind Babywelt GmbH Hamburg

- Pflege von 250 Produkttexten für den Onlineshop und die Fachhandelskataloge
- Auswertung von Kundenbewertungen und monatlicher Bericht an das Produktmanagement
- Preisbeobachtung für 120 Kernartikel auf 3 Marktplätzen als Grundlage für die Preisrunde