

SIMEON ANDERSSON

ARBETSERFARENHET

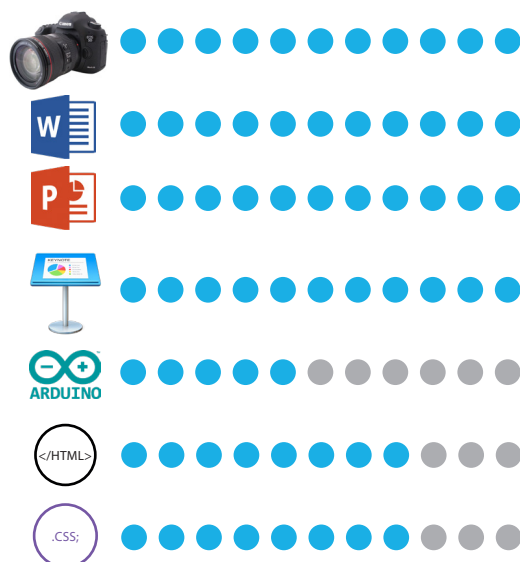
- 2021 ● **ELECTRO TRADING ET AB**
 - MARKNADSKOORDINATOR PÅ ELECTRO TRADING ET AB I KRISTIANSTAD
 - 01/09/2021 - NU**
- 2014 ● **CLIMACO SWEDEN AB**
 - MEDIEANSVARIG PÅ CLIMACO SWEDEN AB I KRISTIANSTAD
 - 25/08/2014 - 30-06-2021**
- 2012 ● **LIMEART HB**
 - DELÄGARE OCH GRAFISK DESIGNER I WEBBYRÅN LIMEART HB
 - 15/08/2012 - 18/11/2015**

UTBILDNING

- 2012 ● **ADDEMOTION 2.0**
 - PRAKTISERADE SOM ORIGINALARE/GRAFISK DESIGNER
 - 09/01/2012 - 25/05/2012**
 - JOBBADE SOM GRAFISK DESIGNER/FORMGIVARE
 - ÖVER SOMMAREN 2012**
- 2010 ● **IDÉVÄRLDEN, BOLLNÄS – KY-UTBILDNING, 80P EXAMEN**
 - GRAFISK DESIGN & KOMMUNIKATION 2010 - 2012
- 2007 ● **MEDIEGYMNASIET, MALMÖ**
 - GRAFISK DESIGN & KOMMUNIKATION 2007 - 2010

TEKNISK KUNSKAP

ÄR VAN VID BÅDE MAC OCH PC OCH ÄR ÄVEN EN SKICKLIG FOTOGRAF



ÖVRIGA KUNSKAPER OCH ERFARENHETER



Jag tänker gärna strategiskt. Jag tycker det är jättekul lägga alla detaljer på plats för att sedan dra i trådarna som gör att skeppet i flaskan vecklas ut och blir som man planerat. Gillar även metaforer och liknelser.

Jag har en bra insyn i produktionskedjan, från startidé till slutkonsumentens händer. Att ta fram tekniska ritningar och se dem bli färdigställda produkter som marknadsförs och säljs genom olika kanaler är en väldigt gratifierande känsla!

Att kommunicera med stora internationella bolag och personal utanför det egna företaget, att få dessa med på spåret som krävs för att ta fram optimal marknadsföring, är också underbart.

INFORMATION

NAMN: Simeon Andersson.

FÖDD: Malmö.

BOR: Kristianstad.

KÖRKORT: Ja.

BIL: Yes, en Volvo och en Saab.

FAVORITRESEMÅL: New York, helt klart!

UPPSKATTAR: Kreativitet och överraskningar.



Jag är väldigt passionerad kring kommunikation och marknadsföring. Jag ser upp till de som testat nya saker och har bra idéer - det ger mig inspiration och motivation. Marknadsföring är något som ständigt utvecklas och jag ser gärna att jag är en del av den utvecklingen!

Att hjälpa målgruppen finna de resultat de söker efter är ett viktigt sätt att nå ut på. Att stärka sitt varumärke och skapa en viss patriotism bland sin kund/målgrupp och ens varumärke, det är något jag tror starkt på!

Att en stor matbutikskedja som ICA för många år sedan satte igång med sina TV-reklamer i serieformat är en av dessa pelare av briljans i att stärka ett varumärke. Att ett flertal sedan har försökt kopiera detta är också ett testament för att de verkligen lyckades.

Kopiorna har i sin tur inte lyckats fullt lika bra, men har de haft en liten twist på det så kan det ändå bli något som kan uppfattas som framgångsrikt. Ibland behöver man bara påminna folk som redan vet att man finns, att man finns. Ibland behöver man skrika högt, och ibland behöver man bara vinka subtilt. Alla företag och organisationer fungerar olika så det gäller att anpassa marknadsföringen till målgruppen.

Den senaste tiden har jag främst arbetat med B2B marknadsföring - något som kan vara ganska annorlunda än B2C. Men att på ett professionellt sätt visa upp att detta är det bästa på marknaden är något som de två har gemensamt.