



# Helle Køster Justesen

+45 1234 5678  
helle@justesen.dk  
linkedin.com/in/hjust  
Kolding

## KERNEKOMPETENCER

- Strategisk planlægning
- Branding og positionering
- Marketingkampagner
- Omnichannel-marketing
- Kundeoplevelser
- Ledelse og teamudvikling
- Samarbejde med partnere
- Budgetstyring

## IT-KOMPETENCER

- MS Office 365 (Excel, Word, PowerPoint)
- CRM-systemer (Salesforce, HubSpot)
- Marketingplatforme (Google Ads, Meta Ads Manager)
- Projektstyringsværktøjer (Trello, Asana)

## UDDANNELSE

**Diplomuddannelse i ledelse**  
Copenhagen Business School 2019

**Kursus i Digital Marketing**  
Google Digital Academy 2017

**Cand.merc. i Marketing, Salg og Kommunikation**  
Aarhus Universitet 1995 - 1997

**Bachelor i Marketing og Kommunikation**  
Aarhus Universitet 1992 - 1995

## PERSONLIG PROFIL

I fritiden nyder jeg at være aktiv og engageret i mit lokalsamfund. Som bestyrelsesformand for den lokale badmintonklub kombinerer jeg min interesse for sport med et ønske om at styrke fællesskaber. Jeg holder af lange gåture i naturen og tid med familie og venner, hvor der er plads til både gode samtaler og afslapning.

## MARKETINGLEDER MED FOKUS PÅ VÆKST OG DIGITAL INNOVATION

Med 25+ års erfaring inden for digital marketing og strategisk brandudvikling har jeg opbygget en stærk forståelse for, hvordan man skaber vækst og styrker kundeloyalitet gennem datadrevet markedsføring. Hos Ecco og Pandora har jeg udviklet omnichannel-strategier, der ikke kun har styrket markedspositioner, men også skabt en mere sammenhængende kundeoplevelse på tværs af kanaler. Jeg brænder for at koble forretningsstrategi med digital innovation og omsætte data til handlinger, der reelt gør en forskel for både brand og kunde.

Som Digital Marketing Agency Director hos Salling Group handler det for mig om at skabe de rette rammer, hvor interne teams og mediebyureauer arbejder tæt sammen mod fælles mål. Jeg tror på, at stærke relationer og et fælles strategisk fokus skaber den største effekt, både på kort og lang sigt. Min erfaring viser, at de bedste marketingresultater opnås, når vi forener analytisk indsigt, kreativ eksekvering og en agil tilgang til markedsudviklingen.

Jeg er drevet af at skabe digitale strategier, der ikke blot optimerer performance, men også understøtter en større forretningsmæssig ambition. Med en dyb forståelse for forbrugeradfærd, digitale trends og kanaloptimering vil jeg arbejde for, at Salling Groups marketingindsats er både datadrevet og differentieret i markedet. For mig handler det om at finde den rette balance mellem innovation og effekt, så vi ikke kun maksimerer ROI, men også skaber langvarig værdi for brand og kunder.

### Udvalgte resultater:

- Lancerede en brandingstrategi hos **Ecco**, som styrkede virksomhedens position i Norden og øgede markedsandelen med 8 % over tre år.
- Implementerede en omnichannel-strategi hos **Ecco**, der forbandt digitale og fysiske salgskanaler og førte til en 14% vækst i online-salg.
- Udviklede en produktkampagne hos **Pandora**, der resulterede i en salgsstigning på 22 % for nøglekollektioner og tiltrak nye kundesegmenter.

## ERFARING - OVERBLIK

<b>Marketing Director</b> Ecco Sko A/S	<b>2020 - 2025</b>
<b>Head of Marketing</b> Pandora A/S	<b>2016 - 2020</b>
<b>Senior Marketing Manager</b> Føtex (Salling Group)	<b>2008 - 2016</b>
<b>Marketing Manager</b> Salling Group	<b>2003 - 2008</b>
<b>Marketing Konsulent</b> Magasin du Nord	<b>1999 - 2003</b>
<b>Marketing &amp; Kommunikationsassistent</b> Føtex (Salling Group)	<b>1997 - 1999</b>

## **ERFARING - UDDYBET**

### **Marketing Director**

*Ecco Sko A/S*

**2020 - 2025**

Som Marketing Director var jeg ansvarlig for at udarbejde og eksekvere BtC marketingstrategier inden for premium brands på tværs af Eccos europæiske markeder, herunder Norden og Centraleuropa. Jeg ledede et team på fire managers – samlet set 34 medarbejdere – og samarbejdede tæt med produktudviklings- og salgsafdelinger for at sikre en stærk markedsposition.

#### **Udvalgte resultater:**

- Lancerede en brandingkampagne, der øgede Eccos markedsandel i Norden med 8 % over tre år.
- Implementerede en omnichannel-strategi, som forbedrede online-salget med 14 % og styrkede den samlede kundeoplevelse.
- Introducerede en ny tilgang til produktlanceringer, der sikrede stor opmærksomhed omkring nøglekollektioner.
- Implementerede datadrevne analyseværktøjer, der reducerede marketingomkostningerne med 1,5 millioner kroner årligt.
- Skabte tættere relationer med detailforhandlere, hvilket resulterede i forbedrede kampagner og øget butiksbesøg.

### **Head of Marketing**

*Pandora A/S*

**2016 - 2020**

Som Head of Marketing havde jeg ansvar for at designe og implementere BtC marketingstrategier inden for premium brands og accessories på Pandoras europæiske markeder, med særligt fokus på det danske og nordeuropæiske marked. Jeg havde direkte kontakt med nøglepartnere og sikrede en konsistent kundeoplevelse på tværs af kanaler.

#### **Udvalgte resultater:**

- Udviklede en produktkampagne, der genererede en salgsstigning på 22 % for nøglekollektioner over to år.
- Forbedrede kundeloyaliteten ved at indføre et nyt CRM-system, som personaliserede kommunikationen til over 500.000 kunder.
- Ledte en rebrandingindsats, der styrkede Pandoras brandgenkendelse blandt yngre forbrugere.
- Etablerede partnerskaber med 12 større detailforhandlere, der bidrog til en stigning i salgsvolumen i udvalgte regioner.
- Optimerede marketingbudgettet og sikrede målrettede og effektive kampagner uden at overskride rammerne.

### **Senior Marketing Manager**

*Føtex (Salling Group)*

**2008 - 2016**

I rollen som Senior Marketing Manager udviklede jeg kampagner for BtC-dagligvarehandel, der både styrkede Føtex' brand og tiltrak kunder. Jeg arbejdede tæt med interne og eksterne stakeholders for at sikre, at kampagnerne var relevante og i tråd med kundernes behov.

#### **Udvalgte resultater:**

- Designede en markedsføringsindsats for private label-produkter, der resulterede i en omsætningsvækst på 7 millioner kroner på to år.
- Analyserede kundedata og justerede sortimentet, hvilket førte til øget kundetilfredshed og højere salg i nøglekategorier.
- Indgik partnerskaber med over 20 lokale producenter, som styrkede Føtex' fokus på bæredygtighed og danske varer.
- Bidrog til udviklingen af en loyalitetsapp, som oplevede over 50.000 downloads i løbet af de første seks måneder.

## **Marketing Manager**

*Salling Group*

**2003 – 2008**

Som Marketing Manager havde jeg ansvar for at udvikle marketingmateriale og understøtte salgsafdelingen med analyser og strategiske initiativer.

### **Udvalgte resultater:**

- Udarbejdede marketinganalyser, som hjalp med at optimere kampagner for dagligvarebutikkerne.
- Bidrog til lanceringen af nye produktkategorier, der forbedrede markedspositionen i nøgleområder.
- Støttede salgsafdelingen med strategisk rådgivning og implementering af marketingtiltag.

## **Marketing Consultant**

*Magasin du Nord*

**1999 – 2003**

I rollen som Marketing Consultant arbejdede jeg tæt med salgsafdelingen om at udvikle kampagner og strategier, der øgede kundetilfredsheden og styrkede Magasins brand.

### **Udvalgte resultater:**

- Implementerede en kundeundersøgelse, der gav værdifulde indsigter til forbedring af kundeoplevelsen.
- Udviklede marketingmateriale, der blev anvendt på tværs af flere afdelinger i kæden.

## **Marketing and Communications Assistant**

*Føtex (Salling Group)*

**1997 – 1999**

Som Marketing and Communications Assistant støttede jeg salgsafdelingen med markedsanalyser og udvikling af kommunikationsstrategier.

### **Udvalgte resultater:**

- Udarbejdede salgspresentationer og analyser, der styrkede afdelingens beslutningsgrundlag.
- Assisterede med implementeringen af marketingkampagner på tværs af butikker.