

# Pavel Cahlík

pavel@jsemnaznacky.cz +420 608 069 027

Technische Hochschule Brünn  
Titel: Ing.  
Betriebswirtschaftliche Fakultät in Brno:  
Betriebsmanagement  
2005

Lektor für außerschulische Bildung  
2014  
Englisch B2+, Deutsch C2, Tschechisch C2

## Brand Strategist

Freelance als Jsem na značky!  
05/2019 bis heute

Im SMB-Bereich helfe ich Kunden beim Aufbau ihrer Marke und Markenstrategie.

Ich helfe bei der Definition von Zielgruppen und dem Positioning der Marke.

Ich organisiere Brand-Sprints und Workshops.

Ich betreue Startups, Einzelpersonen und SMB in verschiedenen Programmen (z. B. CzechStarter der staatlichen Agentur für Wirtschafts- und Investitionsförderung CzechInvest).

In einem der angesehensten Wettbewerbe Tschechiens, dem Fenix Content Marketing, bin ich sowohl ein Mitglied der Jury, bin ich sowohl ein Mitglied der Jury als auch der Garant der ganzen Sektion „Brand“.

## Interim Brand Teamleader

Als Angestellte von Czech News Center a. s.  
10/2018–03/2019

Meine Aufgabe war es, vorübergehend die Verwaltung des ganzen Brand-Portfolio von Czech News Center (derzeit etwa 40 Brands und Online-Projekte) zu übernehmen.

Ich war verantwortlich für die Einführung einheitlicher Methoden des Brandmanagements – erfolgreich.

Täglich musste ich das Team von elf Brandmanagern unterstützen und führen.

Ich war direkt für die größten Brands BLESK und Aha! (Tschechiens größte Boulevardtageszeitung) und den virtuellen Netzwerkbetreiber BLESKmobil verantwortlich.

Dabei musste ich das Verbraucherspiel Trhák organisieren und leiten. Dieses Spiel verursachte einen Verkaufsanstieg von 12 %.

## Head Of Marketing

Tutor s.r.o. (part of EDUA Group)  
07/2016–08/2017

Der erfolgreich abgeschlossene Rebrand der Marke (Website, Brandmanual, Tone of Voice, Art-Directing, Copywriting) führte zur Verbesserung der Conversionsrate auf allen Kanälen.

Mir ist es gelungen, die Einführung neuer Tools in den Bereichen Projektmanagement, Teamkommunikation und Reporting durchzusetzen.

Gemeinsam mit meinem vierköpfigen Team erstellten wir eine neue Content-Strategie für die Marke.

Mir ist es gelungen, neue Marketingkanäle zu eröffnen.

Ersparnisse in Höhe von mehreren Hunderttausend CZK wurden unter meiner Leitung erzielt.

2022

2020

2019

2018

2017

## Chief Brand Officer von BLESK

Als Angestellte von Czech News Center a. s.  
01/2021–06/2022

BLESK ist eine der bekanntesten Marken in Tschechien. Und in der „BLESK-Familie“ befinden sich mehr als 50 verschiedene mehr oder weniger bekannten Marken (neben der Boulevardtageszeitung auch verschiedene Magazine, die am vierthäufigsten besuchte Website in Tschechien und ein virtueller Netzwerkbetreiber).

Meine Aufgabe ist es, die Brand-Architektur und Brand-Strategien der einzelnen Titel zu erstellen und umzusetzen.

Gleichzeitig beteilige ich mich an alltäglichen Marketingaktivitäten, inkl. Veranstaltungen, Verbraucherwettbewerbe und Abonnementunterstützung.

## Brand & Relations

Futured (Vertrag als Jsem na značky!)  
05/2019–09/2020

Mir wurde die Aufgabe übertragen, das Unternehmen The Futasty auf Futured zu rebranden. Diese Aufgabe erfüllte ich ganz.

Gleichzeitig war ich verantwortlich für den Aufbau einer neuen Marketingabteilung der Marke und für den Aufbau einer übergreifenden Marken- und Marketingstrategie für die Marken Futured und Futured Unicorns – dazu gehörte der Aufbau eines Marketing-Mixes und die Auswahl der richtigen Kanäle.

Ich erstellte eine Content-Strategie für einzelne Kanäle der Marketingkommunikation.

Ich war für das Budget und dessen Verteilung verantwortlich.

Ich legte die Expansionsstrategie für den deutschen Markt fest und half, die ersten deutschsprachigen Kunden zu finden.

## Chief Marketing Officer

EDUA Group, s.r.o.  
09/2017–07/2018

Ich führte erfolgreich einige Rebrands weiterer Marken im EDUA-Group-Portfolio (inkl. der Websites) durch.

Ich entwickelte neue Content-Strategien für die Gruppe und ihre Marken.

Mir ist es gelungen, signifikante Ersparnisse zu erzielen – und das bei gleicher oder sogar besserer Leistung der Marketingkampagnen.

Wir führten mit meinem siebenköpfigen Team einen neuen Marketingmix ein und entwickelten ein neues PR- und Kommunikationskonzept für die ganze Gruppe.

Wir begannen mit der Einführung neuer Techniken des agilen Projektmanagements (Scrum, Design Sprint).

Alle neuen Brands wurden erfolgreich in die Marketingabteilung der EDUA-Gruppe integriert.

