



Die Mainzer Fans stapfen durch den Schlamm, um ihre Mannschaft spielen zu sehen. Musikkfans harren auf Festivals aus, um ihre Stars live zu erleben.

Und wofür dehnen Sie Ihre Komfortzone aus - oft ohne es zu merken?

Wir helfen Unternehmen ihre Fans zu finden. Denn die gibt es und sie tragen entscheidend zum Erfolg „ihres“ Unternehmens bei.*

Für diese Mission suchen wir weitere

Trainees Marktforschung (m/w)

Worauf Sie sich freuen können:

- > Begleitung aller relevanten Stationen und Prozesse in der Marktforschung und Beratung, frühzeitige Einbindung in quantitative und qualitative Projekte (Planung, Konzeption, Umsetzung und Ergebnisdarstellung), vielfältige Aufgaben und eine steile Lernkurve
- > Einen festen Ansprechpartner für eine effiziente, umfassende Einarbeitung und viele andere offene und herzliche Menschen, die gerne Fragen beantworten und sich über Ihre Perspektive, Kreativität und Eigeninitiative freuen
- > Ein dynamisches Arbeitsumfeld, in dem Sie in eigenen Projekten Verantwortung übernehmen und zeigen können, was in Ihnen steckt
- > Eine Ihren Stärken entsprechende Perspektive in Projektmanagement, Methode/Analyse, Beratung oder Kommunikation/Marketing bei flachen Hierarchien

Wenn Sie sich darin wiedererkennen, möchten wir Sie gerne kennenlernen!

Für einen Einstieg als Trainee sollten Sie Ihr Studium (Kommunikationswissenschaften/Publizistik, Psychologie, Soziologie, BWL/VWL o.ä. mit Schwerpunkt Marktforschung/Statistik) erfolgreich abgeschlossen haben, souverän mit dem MS Office-Paket (PowerPoint, Word, Excel) und SPSS umgehen, sowie Deutsch und Englisch fließend in Wort und Schrift beherrschen. Erste Erfahrungen in der Marktforschung (qualitativ/quantitativ) sind von Vorteil.

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbung (an ebecker@forum-mainz.de) und melden uns bei Ihnen!

forum! | Marktforschung
Beratung
Umsetzung
Für beste Beziehungen

Ellen Becker
Personalleiterin
06131 32809-0
ebecker@forum-mainz.de
www.forum-mainz.de

* Für die, die es genau wissen möchten: Roman Becker und Gregor Daschmann erklären in ihrem Buch „Das Fan-Prinzip: Mit emotionaler Kundenbindung Unternehmen erfolgreich steuern“ wie wir darauf kommen.