



MEIN PORT- FOLIO

Khaoula Fikri



HALLO

Ich bin Khaoula Fikri

Angehende Kauffrau im E-Commerce

Ich strebe eine Ausbildung als Kauffrau im E-Commerce an und interessiere mich für digitale Geschäftsmodelle, Onlinehandel und datenbasierte Prozesse.

Durch gezieltes Online-Lernen und praktische Erfahrungen habe ich mir fundierte Grundlagen im E-Commerce und Digital Marketing aufgebaut. Ich arbeite strukturiert, lerne schnell und möchte mich in einem professionellen Ausbildungsumfeld fachlich weiterentwickeln.

Über mich

Nach dem Erhalt meines Abiturs habe ich mich gezielt auf den digitalen Handel spezialisiert und mir durch einen strukturierten Lernweg fundierte theoretische sowie praxisnahe Grundlagen im Bereich E-Commerce und Digital Marketing aufgebaut.

Dabei habe ich über 10 Online-Kurse absolviert, die sich auf Onlinehandel, digitales Marketing, Content- und Datenanalyse konzentrieren.

Ergänzend dazu habe ich zwei Praktika absolviert, in denen ich erste praktische Einblicke in E-Commerce-Prozesse, digitale Marketingmaßnahmen sowie die Arbeit mit Online-Tools gewinnen konnte. Besonders wichtig war für mich das Verständnis von Abläufen, Daten und Kundenorientierung im digitalen Handel.

Ich arbeite strukturiert, verantwortungsbewusst und mit einem klaren Blick für Zusammenhänge. Mein Ziel ist es, meine Kenntnisse im Rahmen einer Ausbildung als Kauffrau im E-Commerce weiter zu vertiefen und mich langfristig fachlich und persönlich weiterzuentwickeln



Kompetenzen

Fachliche Kompetenzen

Grundlagen des E-Commerce
und Onlinehandels

Produktdatenpflege und
Produktdarstellung

Grundverständnis im Online-
Marketing (SEO, SEA, Social
Media)

Content-Erstellung für digitale
Kanäle

Verständnis von Marktplätzen
und Online-Shops

Analyse & Digitale Tools

WordPress (Contentpflege)

WooCommerce (Produktpflege)

Shopify (Shop-Basis)

Google Analytics -
Grundauswertungen

Google Ads & Meta Ads -
Grundkenntnisse

Digitale Dashboards

MS Office / Google Workspace

Arbeitsweise & Persönliche Kompetenzen

Strukturierte und sorgfältige
Arbeitsweise

Analytisches Denken

Hohe Lernbereitschaft

Zuverlässigkeit und
Verantwortungsbewusstsein

Teamfähigkeit und
Kommunikationsstärke

Erfahrungen

SEO & Content Marketing Intern bei trtDigial

Während meines Praktikums arbeitete ich an SEO-, Content- und Analyseaufgaben für E-Commerce Projekte.

Schwerpunkte:

- SEO-Optimierung von Produkt- und Markenseiten
- Erstellung von SEO-Metadaten und Content
- Benchmarking & Wettbewerbsanalysen
- Unterstützung bei Online-Kampagnen und Reporting

Junior Digital Marketing Intern bei WEBEX AG

Unterstützung bei SEO-, Website-Analyse- und Social-Media-Aktivitäten zur Verbesserung der Online-Sichtbarkeit.

Schwerpunkte:

- Eigenständige Durchführung von SEO- und Website-Optimierungen
- Selbstständiges Social Media Management und Community-Betreuung
- Arbeit mit Analyse- und Monitoring-Tools (GA, GSC, Bing)
- Content-, Design-Erstellung und Reporting

SEO Projekt

Überblick:

Kafarat Plus ist eine E-Commerce-Plattform im Automotive-Bereich. Ziel des Projekts war die Steigerung der Online-Sichtbarkeit und Performance durch SEO- und Content-Optimierung.

Problem:

Geringe organische Sichtbarkeit, lange Ladezeiten und nicht optimierte Produkt- und Markenseiten.

Aufgabe:

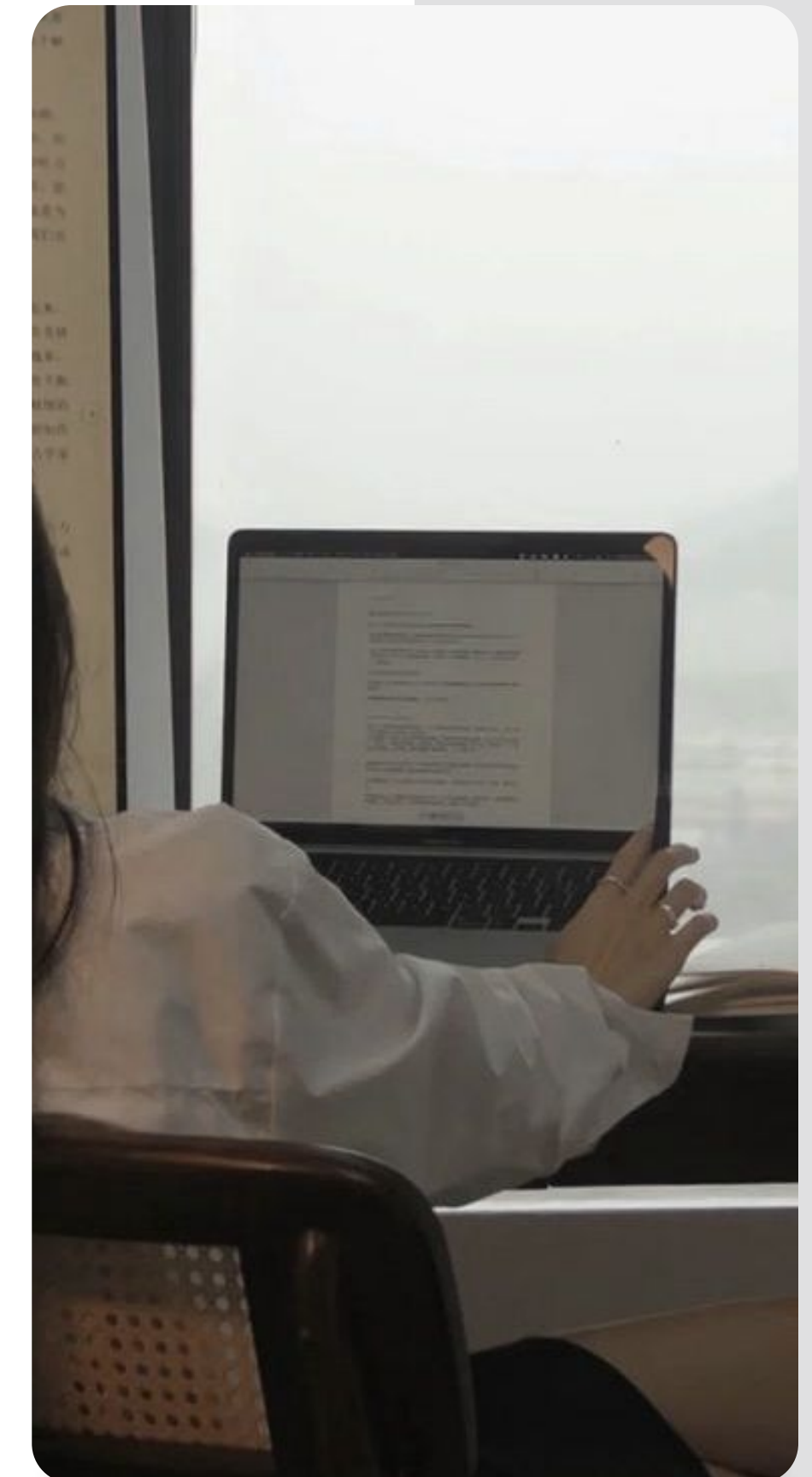
Steigerung der SEO-Performance und Optimierung von Inhalten sowie technischen Faktoren der Website.

Lösung:

SEO-Optimierung von Produkt- und Markenseiten, technische SEO-Verbesserungen und Erstellung suchmaschinenoptimierter Inhalte.

Ergebnis:

Starker Anstieg des organischen Traffics, bessere Rankings und deutlich verbesserte Website-Performance.



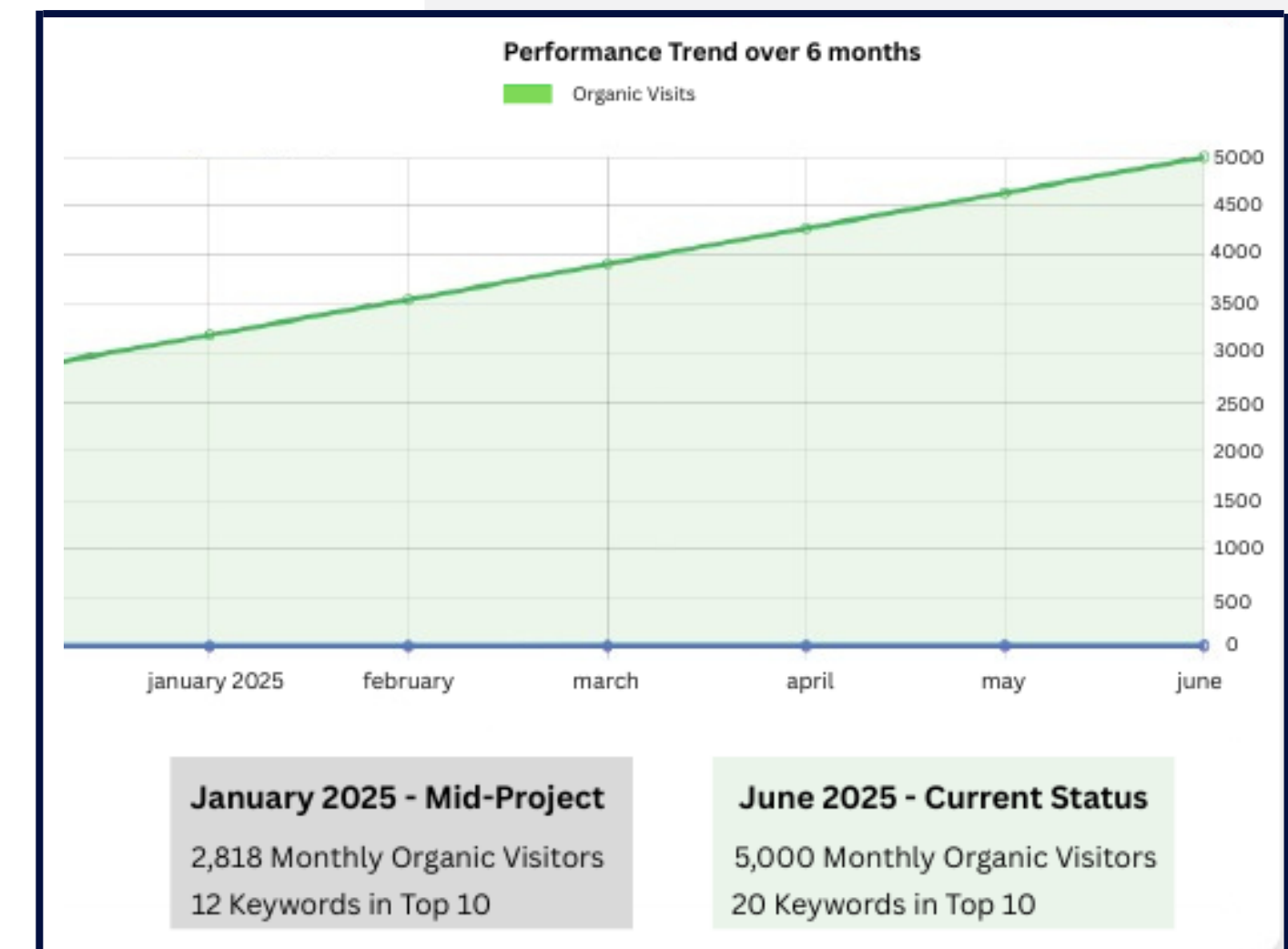
Ergebnis – Messbare Resultate (Jan–Jun 2025)

E-Commerce Website Ergebnis

- Organischer Traffic von 1.800 auf 9.000 Besuche/Monat (+400 %)
- Conversion-Rate von 2,1 % auf 3,5 % gesteigert
- 25 Keywords in den Top 10 der Suchergebnisse
- Ladezeit-Reduktion von 8,2 s auf 1,4 s
- 150 hochwertige Backlinks aufgebaut

Was ich gelernt habe:

Strukturiertes Arbeiten, datenbasierte Entscheidungen und SEO-Grundlagen im E-Commerce.



Key Results:

- Organic traffic growth from 1,000 to 5,000 monthly visitors (400% Growth)
- Ranking improvement for 25 keywords to reach the Top 10 results
- Conversion rate improvement from 1% to 3.5% (250% Improvement)
- Site speed improvement by 50% (from 3.0 to 1.5 seconds)

SEO & SM Projekt

Überblick:

BARBAROSSA GROUP ist ein Online-Shop für interaktive Geräte wie Smartboards und interaktive Tische. Ziel des Projekts war die Steigerung der digitalen Sichtbarkeit und der Lead-Generierung im B2B-Bereich.



Problem:

Geringe organische Sichtbarkeit, schwache Keyword-Positionierung sowie eine geringe Aktivität auf Social Media.



Aufgabe:

Verbesserung der SEO-Performance und Aufbau einer konsistenten Social-Media-Präsenz zur Unterstützung der Online-Strategie.



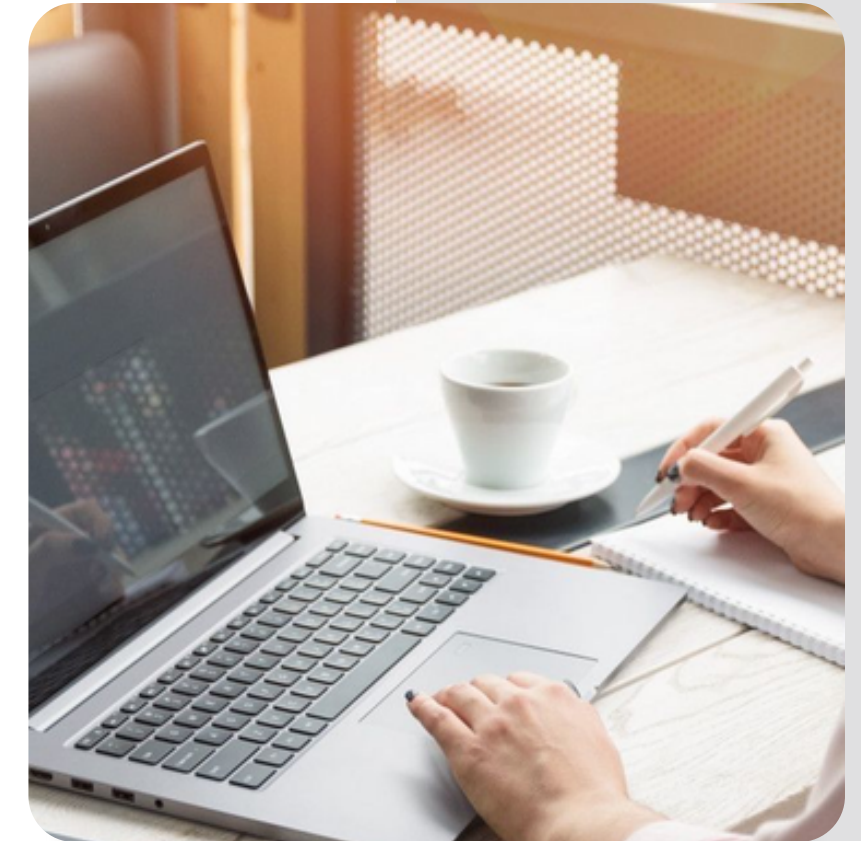
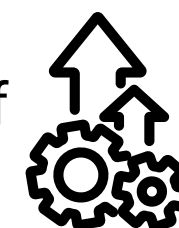
Lösung:

Durchführung eines SEO-Audits, Keyword- und Onpage-Optimierung, Content- und Design-Erstellung für visuelle Social-Media-Inhalte sowie Planung und Umsetzung des Social Media Managements.



Ergebnis:

Erhöhte Sichtbarkeit in Suchmaschinen, stärkere Markenpräsenz auf Social Media und verbesserte Interaktion mit der Zielgruppe.



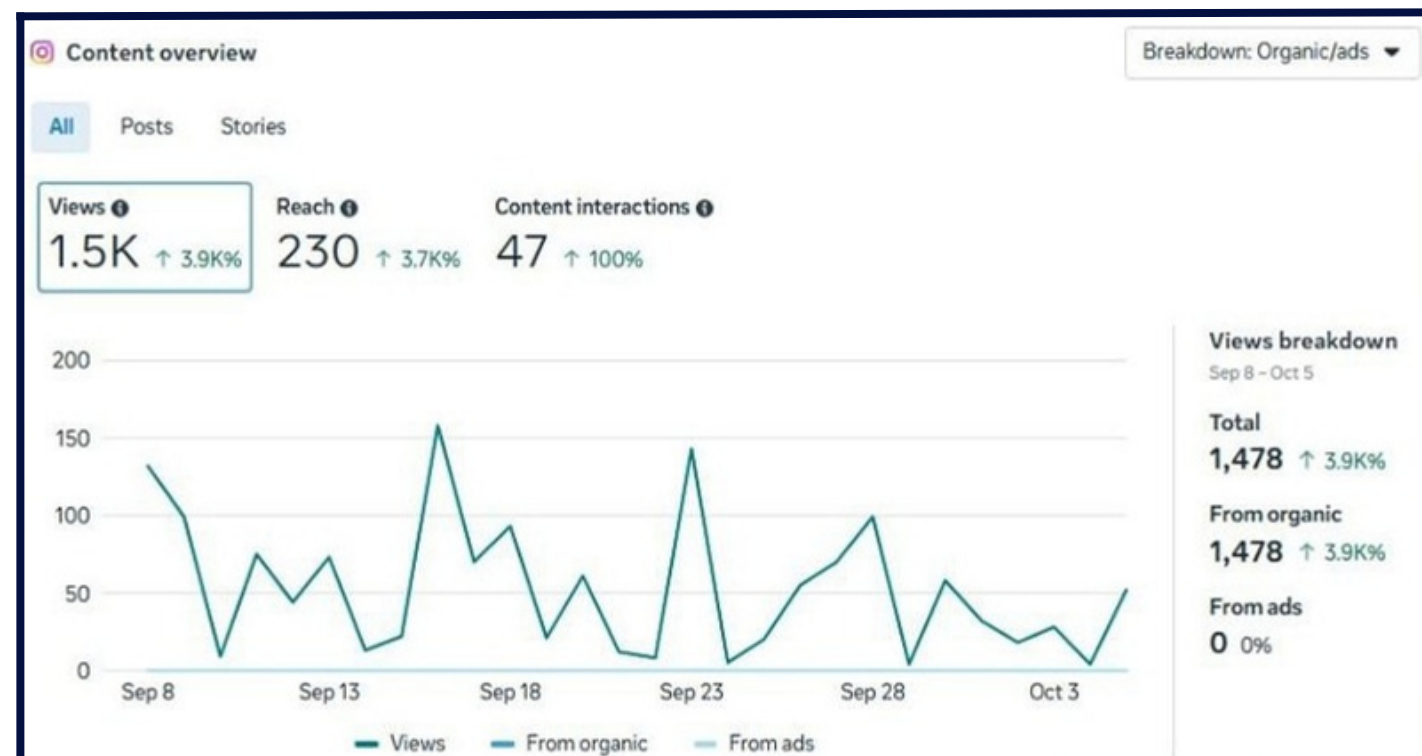
Ergebnis – Messbare Resultate (Aug–Oct 2025)

E-Commerce Website Ergebnis

- +48 % Klicks und +45 % Impressionen
- CTR von 6,6 %
- 117 Interaktionen über Google Business
- +3.900 % Reichweite auf Instagram
- Erhöhung der Profilaufrufe auf Instagram um 500 %
- SEO-Score 92 von 100

Was ich gelernt habe:

SEO- und Social-Media-Maßnahmen gezielt zur Steigerung der Sichtbarkeit und Performance von E-Commerce-Websites einzusetzen.



321

People viewed your Business Profile

Platform and device breakdown

Platform and devices that people used to find your profile



Performance



Accessibility



Best Practices



SEO

Clicks ?

42 ↑ 48%

Impressions ?

627 ↑ 45%

Empfehlungen



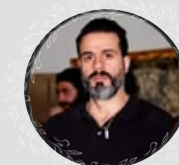
Ismail Touil – Digital Marketing Manager

Khaoula Fikri zeigte herausragende Fähigkeiten in SEO, PPC und Content-Erstellung. Sie arbeitete selbstständig, traf schnelle Entscheidungen und optimierte Kampagnen effizient. Ihre analytische Denkweise und ihr Engagement steigerten die Projektleistung deutlich.



Said Elbouazizi – Geschäftsführer der WEBEX AG

Khaoula Fikri vereint technisches Digital-Marketing-Know-how mit Kreativität. Sie optimierte SEO, Social Media und Content-Strategien erfolgreich und arbeitete stets lösungsorientiert und teamfähig.



Naim Benjelloun – Geschäftsführer von trtDigital

Khaoula Fikri arbeitete während ihres Praktikums eigenständig an SEO, Content und Website-Performance. Ihre strukturierte Vorgehensweise und schnelle Auffassungsgabe trugen zur Verbesserung der Sichtbarkeit und Performance von E-Commerce-Websites bei.



Warum eine Ausbildung im E-Commerce?

Der E-Commerce ist für mich mehr als nur Online-Handel, es ist die Verbindung von Daten, Psychologie und Technologie. Ich habe gemerkt, dass es mir große Freude bereitet, komplexe Prozesse hinter den Kulissen eines Onlineshops zu verstehen und zu optimieren.

Ich suche nicht nur eine Ausbildung, sondern ein Umfeld, in dem ich meine analytische Denkweise und meine Hands-on-Mentalität einbringen kann. Mein Ziel ist es, die Schnittstelle zwischen Produkt, Markt und Kunde aktiv mitzugestalten. Ich möchte lernen, wie man digitale Geschäftsmodelle nachhaltig skaliert und dabei stets die User Experience im Auge behält. Deutschland ist für mich der ideale Ort dafür, da hier Innovation und Professionalität im E-Commerce Hand in Hand gehen.



DANKE

„Ich freue mich über Ihre Nachricht und darauf, die Möglichkeit zu besprechen, mein Wissen und Engagement im Rahmen einer Ausbildung als Kauffrau im E-Commerce bei Ihnen einzubringen.“

Kontaktieren Sie mich:



+212698469277



kontakt@khaoulafikri.com



www.khaoulafikri.com