

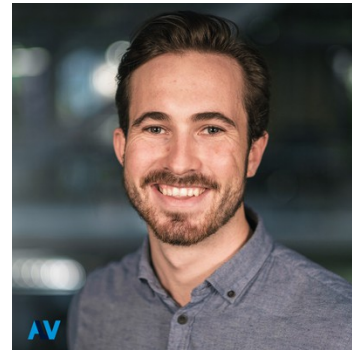
Jakob Høgh Gjellestad

Markedsføringsstrateg

E-post: jakob@alv.no

Mobil: +47 930 20 306

Født: 1996



SAMMENDRAG

Jakob har siden barndommen hatt en lidenskap for entreprenørskap. Han har gjennom oppveksten vært involvert i flere oppstartsselskaper, både i egen regi og som konsulent for andre. Jakob har allerede som 24 åring, opparbeidet seg en bred erfaring innenfor oppstart og drift av SMB, med hovedvekt på strategi, merkevarebygging og budsjettering.

Jakob studerer for øyeblikket 3. året til master på BI, samtidig som han er 100% ansatt som markedsføringsstrateg hos Alv AS, hvor han blant annet er hovedansvarlig for den ukentlige videoserien selskapet produserer.

Som 12 åring startet Jakob sin første bedrift gjennom Ungt Entreprenørskaps elevbedriftsordning. Elevbedriften vokste raskt ut av sine rammer, og ble omgjort til en ungdomsbedrift. Ungdomsbedrifter er forbeholdt videregående elever, og som 9. klassing var Jakob i møte med flere mentorer og lærere for å få til en ordening. Suksessen ble lagt merke til, og et år senere fusjonerte Jakob med VB Media AS.

De siste årene har Jakob vært tungt involvert i oppstarten av det norske båtmerket Seasideboat. Seasideboat utvikler og produserer fritidsbåter i Norge. Jakob har også drevet med konsulenttjenester innenfor markedsføring og innholdsproduksjon, og har blant annet jobbet med selskaper som Skiguard, Motorpool, Bentley Norge og Frelsesarmeen.

Jakob beskrives ofte av andre som en engasjert og sosial person, som er lidenskapelig opptatt av det han arbeider med. Han trives godt i team, og ikke redd for å ta på seg ansvar. Han er lojal overfor de han samarbeider med, og er en person som ofte får tillit hos andre. Jakob har i en ung alder lært seg å beherske ulike typer av gruppedynamikk og er tilpasningsdyktig og løsningsorientert.

FØRSTEMANN TIL MØLLA!

NØKKELKVALIFIKASJONER

- Strategiplanlegging
- Virksomhetsstyring

RELEVANTE KURS OG SERTIFISERINGER

- Video- og fotoredigering
- Kundeoppfølging

OPPDRAGSOVERSIKT

Oppdragsgiver	Periode	Oppdrag
Seasideboat	2019 - 2020	Utvikling av Seaside 23
Alv AS	06.2019 - 10.2019	Markedsføringsstrategi i sosiale medier
Gjellestad Consulting	2017 - 2020	Informasjons- og reklamevideoer
EarCare Norge AS	2015 - 2020	Import og salg
VB Media AS	2015 - 2016	Båtkanalen
VB Media AS	2012 - 2016	Båtens Verden
Viksund Boats AS	2011 - 2012	Digital identitet

OPPDRAGSDETALJER

Oppdragsgiver: **Seasideboat**
Prosjekt: **Utvikling av Seaside 23**
Prosjektperiode: **2019 - 2020**

Oppdragsgiver: **Alv AS**
Prosjekt: **Markedsføringsstrategi i sosiale medier**
Prosjektperiode: **06.2019 - 10.2019**

Kompetanse: kundekontakt, Kundeoppfølging, Leveranse, Videoproduksjon, Salg

Oppdragsgiver: **Gjellestad Consulting**
Prosjekt: **Informasjons- og reklamevideoer**
Prosjektperiode: **2017 - 2020**

Kompetanse: kundekontakt, salg, Kundeoppfølging, Videoproduksjon

Oppdragsgiver: **EarCare Norge AS**

Prosjekt: **Import og salg**

Prosjektperiode: **2015 - 2020**

Prosjektbeskrivelse: EarCare ble stiftet i 2015 av Jakob Gjellestad og en til. Selskapet har som formål å tilby musikkørepropper av god kvalitet for direktesalg og gjennom grossister. Oppstarten av selskapet bød på flere utfordringer, som for eksempel kapitalinnhenting til første bestilling, valg av fabrikker og kvalitetssikring. Oppstart og drift av EarCare Norge har gitt erfaring innen kommunikasjon med andre nasjonaliteter, import av varer og utenlandske transaksjoner.

Selskapet selger fortsatt musikkørepropper i dag, hovedsakelig gjennom grossister.

Kompetanse: import, Internasjonal erfaring, stiftelse, selskapsdrift, salg

Oppdragsgiver: **VB Media AS**

Prosjekt: **Båtkanalen**

Prosjektperiode: **2015 - 2016**

Prosjektbeskrivelse: Som en del av digitaliseringsstrategien ønsket VB Media og utvikle en egen plattform for en mer visuell fremstilling av maritimt stoff. Plattformen fikk navnet Båtkanalen, og var Norges første web-tv for båtfolket. Båtkanalen spesialiserte seg på å levere reportasjer, profilintervjuer, med mer. Jakob var ansvarlig for konseptbeskrivelse og lanseringsstrategi. Båtkanalen fikk tidlig en god masse med brukere, og hadde omlag 14 000 brukere hver måned.

Oppdragsgiver: **VB Media AS**

Prosjekt: **Båtens Verden**

Prosjektperiode: **2012 - 2016**

Prosjektbeskrivelse: Da BF Media UB slo seg sammen med VB Media AS, ble det enighet om å slå sammen Båtens Verden med Båtfrelst, og det ble utarbeidet en strategi om å bli best på papir for å ta opp kampen med de etablerte aktørene. Det var naturlig å beholde merkevaren i Båtens Verden. Fra 2012 til 2013 ble det gjennomført en betydelig relansering av det visuelle uttrykket av magasinet, samt utarbeidet en egen strategi for sammensetning av magasinets innhold.

Jakob var også ansvarlig for å utvikle magasinets digitale utgave. Båtens Verden ble det første norske magasinet med en spesialtilpasset iPad-utgave med interaksjon av video, spill og quiz'er.

Oppdragsgiver: **Viksund Boats AS**

Prosjekt: **Digital identitet**

Prosjektperiode: **2011 - 2012**

Rolle: **Konsulent**

Prosjektbeskrivelse: Utarbeide digitaliseringsstrategi for en av Norges mest tradisjonsrike båtprodusenter. Prosjektet gikk ut på å utarbeide en solid plattform i digitale kanaler som nettside og Facebook, samt for kundeoppfølging. Båtbransjen var i endring, og Viksund Boats ønsket å vise en tydelig profil.

Konsulentens rolle - Konsulent: Jakob hadde gjennom flere år knyttet sterke bånd med Martin Viksund, CEO i Viksund Boats AS. Da selskapet bestemte seg for å gjennomføre digitaliseringsprogrammet var Jakob ønsket for å bistå med utarbeidelse visuell profil og brukertesting. Jakob tilbrakte flere helger og fridager i Bergen hos Viksund gjennom dette året. Jakob var bare 15 år da han jobbet med Viksund Boats.

Kompetanse: kundekontakt, Sosiale medier, Strategiutvikling, Strategi

YRKESERFARING

Arbeidsgiver	År	Stilling
Alv AS	2019 -	Markedsføringsstrateg
Gjellestad Consulting	2017 -	Grunnlegger
Seasideboat	2016 -	CMO & Partner
Sjøforsvaret	2016 - 2017	Instruktør
VB Media AS	2012 - 2016	
BF Media UB	2010 - 2012	Grunnlegger

Yrkeserfaring - detaljer

Alv AS (2019 -) - Markedsføringsstrateg

Arbeidsoppgaver: Jakob jobbet som ekstern konsulent for Alv fra juni til oktober 2019. Jakob fikk ta del i utviklingen av det nystartede selskapet, og ble offisielt en del av selskapet i oktober 2019. Siden da har Jakob hovedsakelig jobbet med markedsføring og merkevarebygging. Jakob har blant annet vært ansvarlig for YouTube-serien.

Gjellestad Consulting (2017 -) - Grunnlegger

Arbeidsoppgaver: Gjennom Gjellestad Consulting har Jakob tilbudt konsulenttjenester innenfor video- og foto, nettsider og markedsføring gjennom sosiale medier. Her har Jakob fått erfaring med salg, kundeoppfølging og strategiutvikling. Gjellestad Consulting har en bred kundeportefølje, som består av blant annet Institusjonen Soldammen (Frelsesarmeen), Bentley Norge, Skiguard, Motorpool Handel (Jaguar & Land Rover) og Møller Bil (avd. Follo). Jakob jobbet hos Alv gjennom Gjellestad Consulting fra juni til oktober 2019.

Seasideboat (2016 -) - CMO & Partner

Arbeidsoppgaver: Seasideboat er en norsk båtprodusent som utvikler og produserer sine båter i Drøbak, like utenfor Oslo. Seasideboat har fokus på kvalitet og kundeoppfølging. Båtprodusenten har i dag to modeller, Seaside 20 og Seaside 26, og en under utvikling, Seaside 23.

Jakob har i arbeidet med Seasideboat en rekke ulike oppgaver. Alt fra markedsføringsstrategier og budsjettering til produktutvikling og salg.

Sjøforsvaret (2016 - 2017) - Instruktør

Arbeidsoppgaver: Etter endt utdanning på befalsskolen tjenestegjorde Jakob som instruktør ved KNM Harald Haarfagre. Jakob var instruktør ved to rekruttskolen. På første skolen ble Jakob ble satt på tropp alene sammen med troppssjef. En troppsstab består vanligvis av 3-4 personer. Her hadde Jakob mye av det daglige ansvaret for en tropp på 35 rekrutter. Han opparbeidet seg mye erfaring på alt fra presentasjoner til koordinering, samt håndtering av personell.

VB Media AS (2012 - 2016)

Arbeidsoppgaver: BF Media UB slo seg i 2012 sammen med VB Media AS. VB Media stod bak merkevaren Båtens Verden, som var et rendyrket papirmagasin. De fant fort likhetstrekk, og bestemte seg for å slå seg sammen og ta opp kampen mot de etablerte aktørene. Vi var et lite team på 4 stykker, og trengte skribenter og selgere. I løpet av årene utviklet vi et godt team av selgere og skribenter og økte fra 4 til 7 utgaver. Utarbeidet samarbeidsavtale med Kongelig Norsk Båtforbund (KNBF), som gir tre av utgavene et opplag på omlag 35 000.

I VB Media AS var Jakob også med på å etablere en reklamebyråavdeling, nye merkevarer, prosjektstyring av kundeprosjekter og utvikling av internprosjekter.

BF Media UB (2010 - 2012) - Grunnlegger

Arbeidsoppgaver: Jakob stiftet BF Media UB (Ungdomsbedrift) som 14 åring og ungdomsskoleelev. BF Media startet med merkevaren "Båtfrelst", og var et nettmagasin som omhandlet båt og båtliv. Gjennom arbeidet med Båtfrelst fikk Jakob etterhvert kunnskap om nettsider og databaser gjennom oppsett og drift av nettmagasinet. Jakob jobbet også med kommunikasjonen utad med blant annet annonsører, og skrev en rekke artikler av ulikt omfang.

Gjennom arbeidet med Båtfrelst jobbet Jakob mye med programmer som InDesign, Photoshop, Illustrator og Final Cut, samt enkel feilsøking og programmering i FileZilla, Wordpress og databasehåndtering (?).

UTDANNELSE

Skole	Grad	År
Handelshøyskolen BI		2017 - 2020

Detaljer: På BI går Jakob løpet med integrert master (Siviløkonom). Gjennom studiet har Jakob fått god kjennskap til makro- og mikroøkonomiske aspekter, organisasjonspsykologi og finans. Jakob er interessert i samspillet mellom forretningsutvikling og digitalisering, og har tatt fag som omhandler digital forståelse der det har vært mulighet. Jakob har også tatt valgfag som omhandler fundamental analyse og verdsettelse av børsnoterte selskaper.

Befalsskolen, Sjøforsvaret	Kvartermester	2016
----------------------------	---------------	------

Detaljer: På befalsskolen i Sjøforsvaret utviklet Jakob en god forståelse for gruppedynamikk og personlighetstrekk. Jakob havnet i et lag med flere naturlige ledere og blandet militær kompetanse. Dette førte til mye konflikt i de første øvelsene som ble gjennomført. Gjennom et halvår med krevende situasjoner oppdaget Jakob viktigheten av å gi ærlighet tilbakemeldinger, men også hvordan å utvikle seg selv ved å få gode tilbakemeldinger fra andre. Jakob leverte gode resultater under utdanningen, og fikk en god tjenesteutalelse etter endt utdanning.

Tjenesteutalelse kan sendes ved ønske.

FOREDRAG OG KURSLEDELSE

Navn	År
Tilrettelegge for ungdomsbedrifter i Videregående opplæring.	2014