

PROFESSIONALS



ADVANCED DIGITAL MARKETING ””

Opleidingsformule

7 sessies

Digitale marketing evolueert heel snel. Het digitale spectrum is uitgebreid en complex. Digitale marketing vandaag, dwingt bedrijven op een nieuwe manier te denken en te reageren.

Binnen het brede landschap dat digitale marketing omvat, selecteerden wij de 6 belangrijkste thema's. Up to date zijn binnen deze thema's stelt je in staat jouw afdeling en bedrijf strategisch verder uit te bouwen naar een optimaal en efficiënt werkende

onderneming; klaar voor de toekomst.

Met een sterke selectie van toonaangevende docenten binnen de belangrijkste vakdomeinen van digitale marketing, bieden we jou de nodige digitale bouwstenen om jezelf en jouw onderneming digital proof te maken. Zowel op korte als lange termijn. We geven jou een overzicht van de belangrijkste trends en hun impact op ondernemingen én leren jou hoe je daar als bedrijf het beste mee omgaat.

Een basiskennis digital is vereist.

”

Doelgroep

Marketing professionals met minimum 5 jaar ervaring en een basiskennis in digital marketing.

- Je wenst een update over de actuele trends en actuele strategische aspecten in digital marketing.
- Je wilt groeien in je huidige functie of je wenst je carrière een nieuwe wending te geven.
- Je bent op zoek naar een gestructureerde en praktijkgerichte aanpak, met directe toepassingen op je eigen bedrijfsomgeving.
- Je wilt leren van andere professionals en van experts in digitale marketing.

Wat leert u uit deze workshop?

- De recente en hot topics in digital marketing en hun impact op je digitale strategie
- Je digitale marketing strategie uitstippelen
- De KPI's en de metingen op een gestructureerd manier aanpakken
- De impact op je revenue-streams

Programma

SESSIE 1: TRENDS IN DIGITALE MARKETING

1

- Digitale shift – digitale toekomst – hoe krijg je je bedrijf future proof?
- Artificial intelligence – VR-RR-AR (& wearables)
- Automatisatie
- Blockchain
- Influencers

Docent: Stijn Vercamer

SESSIE 2: IDENTIFY & UNDERSTAND YOUR CUSTOMERS, GET FULL CUSTOMERS INSIGHTS

2

Waarom is het belangrijk je klant door en door te kennen?

- Consumenten gedrag vandaag: 4 karakteristieken
- Je marketingplan bekijken door de ogen van je klant
- Hoe ga je zelf aan de slag met klanten onderzoek?
- Hoe zet je klanten inzichten om in duidelijke & meetbare marketing acties?

Docent: Tom De Ruyck

SESSIE 3: BIG DATA ANALYSIS

3

- Hoe wordt een bedrijf meer data-driven
- Inzicht krijgen op de brug tussen de data wereld en de marketing wereld
- Het verband ontdekken tussen programmatic/yielding en machine learning
- Big data mogelijkheden en potentieel
- Impact van data regulatie (o.a. GDPR) op de digitale marketing mogelijkheden
- Handige tips en werkwijze
- ...

Docent: Bart Van Der Vurst

SESSIE 4: SOCIAL MEDIA

4

- Sociale media strategie
- Cijfers van de belangrijkste netwerken en hun evolutie
- Wat zijn de basics: hoe werkt het algoritme, organic is dead,...
- Wat moet er in een socialemediaplan [kpi's] en een sociale media policy
- Community management: hoe ga je om met een crisis of lastige klanten
- Een selectie uit de beste tools
- 10 kenmerken van een sterk bericht
- Hoe bouw je volgers op
- Social payment systems
- Hoe influencers geld verdienen via social media
- ...

Docent: TBC

SESSIE 5: THE STATE OF SEO, DIGITAL ADVERTISEMENT & SOCIAL ADVERTISING

5

- Digital advertising universum (direct buy, programmatic, affiliate, email, ...)
- Campagne design [KPI's, consumer stages, advertentieformaten, ...]
- Optimalisatie [viewability, A/B testing, CRO, ...]
- Rapportage [actionable insights, dashboards, performance, ROMI, ...]

Docent: Tom Rijsbrack

SESSIE 6: GOOGLE ANALYTICS

6

2 op de 3 bedrijven in België hebben Google Analytics geïnstalleerd op hun website, dus vroeg of laat duik je in de cijfers om jouw vragen, of die van collega's, op te lossen. Laat je daarbij niet overweldigen door de veelheid aan beschikbare rapporten. Met een degelijk inzicht in de basics van Google Analytics geraak je al een heel stuk verder, en kan je o.a. je marketingcommunicatie bijsturen.

- Hoe verzamelt Google Analytics gegevens
- Betekenis en uitleg van de belangrijkste statistieken
- Rapportage
- Wegwijs in beoordeling van sites en traffic naar sites

Docent: Beate Vervaecke

SESSIE 7: DIGITAL KPI'S & METRICS

7

Data vertelt een verhaal, maar rauwe cijfers spreken mensen niet aan. Hoe kan je data presenteren om mensen te overtuigen en tot actie aan te zetten? Hoe kan je het oppikken en voorstellen van data automatiseren zodat je meer tijd vrij maakt voor wat echt belangrijk is?

- Wat is mogelijk? Hoe begin ik eraan?
- Wat is een goed dashboard?
- Hoe automatiseer ik zoveel mogelijk?
- Hoe stel ik data visueel voor?
- Hoe werk ik met APIs? Welke oplossingen zijn mogelijk?

Docent: Tim Ceuppens

- **7 avonden**
- **18u - 21u30**
- **@ BAM** [Roularta Conference Center] Zellik
- € 1.850 (excl. 21% BTW)
- € 1.295 (excl. 21% BTW) als BAM lid [STIMA, IAB en BDMA]

Inschrijven **WWW.MARKETING.BE**

Programmameider

- **Nele Vanhecke**, Key Account Manager Mediahuis Connect

Docenten

- **Tim Ceuppens**, Online Marketing Bakermen
- **Tom De Ruyck**, Managing Partner InSites Consulting
- **Tom Rijsbrack**, Digital Marketing Expert Mediamash
- **Bart Van Der Vurst**, Advanced Analytics & Big Data Architect Element61
- **Stijn Vercamer**, Gastdocent Digitale Marketing Hogeschool Gent
- **Beate Vervaecke**, CEO E-Zen