

INITIATE



PROFESSIONAL

FOCUS

BAM, kort voor de Belgian Association of Marketing, is de grootste vakvereniging voor marketing in België. BAM is een open community die de leden, initiatieven én expertises van STIMA, BDMA en IAB Belgium samenbrengt tot één ontmoetingsplaats én uniek kennisuitwisselingsplatform. BAM is daarmee dé plaats waar marketeers mekaar ontmoeten voor de meest up to date informatie over de laatste ontwikkelingen in marketing.

- Tijdens de BAM opleidingen en workshops leer je van **collega's met ervaring** én bewezen **expertise**.
- Tijdens **ontmoetingsmomenten** zoals congressen, seminars, studiereizen en award-events, wissel je ideeën uit, je vraagt raad én je geeft ook raad. In BAM vind je zo inspiratie, kennis én kruisbestuiving.
- Centraal in BAM staan de **Marketing HUBS**. Werk je mee in een HUB, dan ben je deel van een energieke think tank die zich verdiept in een specifiek vakgebied.
- Als ervaren marketeer, maar ook als toekomstig, kan je er **online referentiemateriaal**, research-resultaten, boeken en persberichten raadplegen.

BAM helpt zo waarde te creëren én duurzame relaties op te bouwen, en brengt marketing weer in het hart van de organisatie vanuit het geloof in **meaningful marketing**.

” Belgian Association of Marketing ”  
**MEET - SHARE - LEARN**

## ESSENTIALS DIGITAL MARKETING

### # 5 avondsessies

- ! Basisopleiding met duidelijke stappenplannen
- ! Meteen inzetbare learnings
- ! Individuele feedbackmomenten

Opleiding voor professionals die de basisprincipes van digitale marketing en communicatie willen leren. Je krijgt een overzicht van de belangrijkste digitale concepten, aangevuld met concrete voorbeelden. Daarnaast zijn er reflectiemomenten met persoonlijke feedback.

#### Doelgroep # INITIATE opleidingen

- Je wil een goede basis om je digitale marketing te kick-starten.
- Je hebt een marketingfunctie en wil verder groeien in digitale marketing en communicatie om zo grip te krijgen op vandaag en morgen.
- Je wil op korte termijn een gestructureerd overzicht van digitale marketing en communicatie.
- Je wil leren van experts met jaren ervaring om meteen de juiste richting te kiezen in jouw dagelijkse challenges.

#### In 5 sessies leer je uit deze opleiding:

- Welke zijn de stappen naar een goed digital plan.
- Hoe ziet het digital medialandschap eruit.
- Hoe het gedrag van de consumenten beter begrijpen?
- Wat is de invloed van de technologie op digital marketing?
- Hoe wordt een customer journey opgesteld?
- De essentiële begrippen van digitale marketing en communicatie.
- De belangrijkste tools van digitale marketing en communicatie.
- Hoe integreer je deze begrippen en tools in je marketingbeleid?
- Nieuwe en interessante opportuniteiten voor jouw business.

#### Webinar

In een korte webinar licht de programma coördinator kort de verschillende onderdelen van de opleiding toe. Deze korte sessie kan je online volgen en heeft als doel de rode draad doorheen het programma scherp te stellen en al kort kennis te maken in welke domeinen je de komende je zal verdiepen.

#### PROGRAMMALEIDER

**THEO VAN ROY**  
CEO Hints & Hits for Brands  
Hoofdredacteur van het boek  
*Digitale marketing en communicatie in de praktijk*

#### COÖRDINATOR

**KEVIN VERBORGH**  
Digitaal Marketing  
Consultant

#### DOCENTEN

**TOM DE RUYCK** // Managing Partner InSites Consulting  
**MIEL VAN OPSTAL** // Business & Marketing Innovation Facilitator Wavelab  
**KEVIN VERBORGH** // Digitaal Marketing Consultant  
**FREDERIC VERMEIRE** // Freelance SEO en online marketing specialist @ WiSEO.be

## SESSIE 1

### TRENDS IN TECHNOLOGIE

- > Technologie : actuele en toekomstige methoden en interfaces.
- > Interactie : hoe constructieve klantenrelaties onderhouden via digitale kanalen?
- > Strategie : hoe je SoLoMoCo kaderen in een groter geheel, in een digitale strategie?

*In deze sessie leer je hoe technologie op of rond een handelslocatie wordt ingezet om op een zinvolle en succesvolle digitale manier contact te maken met nieuwe én bestaande klanten.*

*Efficiënte marketingstrategieën en praktische, relevante cases - van ondernemingen die begrijpen welke kanalen en middelen het best werken - komen aan bod. De hele operatie wordt in een groter geheel van marketing- en conversiestrategie geplaatst om een langdurige en winstgevende relatie op te bouwen.*

*Docent: Miel Van Opstal*

## SESSIE 4

### HET ONLINE MARKETING LANDSCHAP

- > Overzicht van de digitale media: welke media, hoe deze inschakelen i.f.v. je sector en business model, zoom op alle media en hun technische aspecten.
- > SEO: techniek, content marketing, case.
- > SEA: adwords, BING, display, Google shopping, case.
- > SOCIAL: Facebook ads, Twitter.
- > Voorbeelden van de mix B2C en B2B.
- > "Klassieke media" versus web: print to web, radio to web, TV to web, cases.

*Tijdens deze sessie gaan we dieper door op de customer journey en maken we de vertaling van een framework naar online marketing tactics. In deze zeer "hands-on cursus" leer je de basic kneepjes van het online vak en duik je samen met de docent in de diepte van SEA, SEO, analytics en social.*

*Docent: Frederik Vermeire*

## SESSIE 2

### STERKE CONSUMENTEN-INZICHTEN

- > Consumenten in het digitale tijdperk: wie ze zijn en hoe ze zich gedragen.
- > Digitale tools voor het verzamelen van consumenten-inzichten.
- > Digitale tools versus offline tools: voor- en nadelen.

*Docent: Tom De Ruyck*

## SESSIE 5

### TRANSFORMATIE IN ORGANISATIE EN CULTUUR

- > Digitale maturiteit: stap per stap groeien in digital marketing.
- > Digitale evolutie en de verandering van het aankoopgedrag.
- > Customer journey: van awareness tot aankoop.
- > Oefening.

*Tijdens deze opleiding brengen we alle onderdelen samen en bekijken we hoe digitaal een bredere impact heeft op onze organisatie, cultuur, manier van werken en skillset dan puur een digitaal marketingplan. De tweede helft van de sessie is een workshop waarin de groep samen een customer journey opstelt en vertaalt.*

*Docent: Kevin Verborgh*

## SESSIE 3

### DE CUSTOMER JOURNEY

- > Inleiding tot consumer-centric denken: Digitale evolutie en de verandering van het aankoopgedrag.
- > Kennismaking met de customer journey, van awareness tot aankoop.
- > Onderzoeksmethodes voor de journey.
- > Vertaling naar de impact op een website en content marketing

*In deze sessie gaan we dieper in op het in kaart brengen van het beslissingsproces van een consument of klant en hoe dit kan leiden tot digitaal relevante communicatie. We bekijken samen de shift van product centric naar consumer centric denken en vertalen dit door naar de impact op marketing beslissingen en online aanwezigheid.*

*Docent: Kevin Verborgh*

### > 5 interactieve workshops

### > Stevige basis om jouw digital marketing meteen op te starten

### > Persoonlijke reflectiemomenten met de docenten, zodat je jouw aanpak kan aftoetsen

5 avondsessies // 18u.-21u.30

€ 975 (excl. 21% BTW)

€ 685 (excl. 21% BTW) voor BAM leden

Locatie: BAM - Roularta Conference Center - Zellik



**INSCHRIJVEN**  
[www.marketing.be/agenda](http://www.marketing.be/agenda)

*De BAM opleidingen worden gegeven door marketeers die elke dag in de praktijk staan en erkend worden voor hun expertise. Je werkt zo met de meest actuele en meteen inzetbare methodologieën.*

*Vragen? Wil je detailinformatie over de opleidingen of workshops en welke het beste passen bij jouw profiel en toekomstplannen?*

*Pascale Cambie, Director BAM=LEARN*

*[02]234.54.03 [pascale.cambie@marketing.be](mailto:pascale.cambie@marketing.be)*