

Discover Marketing

Basiskennis

Een praktijkgericht routeplan

Met een inzetbare learnings

De marketeer moet vandaag de volledige toolbox van het marketing denken en doen beheersen. Dit programma richt zich tot niet-marketeers die de basisconcepten van marketing willen verwerven en toepassen.

Ook marketeers die doorgroeien van bv. een communicatiefunctie naar marketing management, of commerciële medewerkers (zoals sales managers, account managers, communicatiemanagers, productmanagers, online communicatie verantwoordelijken...) die marketingtaken opnemen, verruimen met dit programma hun competenties.

Deelnemers

- Je bent geen marketeer en je wil je competenties verruimen.
- Je wil binnen je organisatie doorgroeien naar een marketingfunctie.
- Je bent recent aangesteld als marketing verantwoordelijke.
- Je wil je basiskennis een grondige update geven.

Learning outcomes

- Wat is “marketing”?
- Een praktijkgericht routeplan om actuele marketinginzichten toe te passen.
- Welke best practices in marketing, communicatie en sales kunnen inspireren?
- Je maakt kennis met de essentiële commerciële (marketing, sales, communicatie) begrippen en concepten.
- Wat is de toegevoegde waarde van online marketing instrumenten.
- Je leert de concepten op een competente manier vertalen naar je bedrijfspraktijk.

Programma

6/10/2020 – Actuele essenties van marketing(C)

13/10/2020 – Waarde verschaffen – De marketing-mix (V)

20/10/2020 – Waarde communiceren – De communicatie-mix (V)

27/10/2020 – Waarde implementeren – Het marketingplan (C)

Coördinator van het programma & docent

Johan Vanhaverbeke, MSc. Hir., professor Marketing Management Ehsal Management School (EMS), Wetenschappelijk Adviseur BAM

Tijdens de opleiding wordt een reflectiesjabloon aangereikt om de besproken thema's in de dagdagelijkse werkpraktijk te situeren en op zoek te gaan naar concrete toepassingen en adviezen.

De deelnemers ontvangen het handboek: 'Marketing Toegepast: Klant- en Marktgericht Ondernemen. J. Vanhaverbeke, et. al., 3^{de} editie, Intersentia. Dit handboek is de rode draad doorheen deze opleiding.

Praktische informatie

4 sessies, mix van classic class room (C) en virtual class room (V)

Data: van 6/10/2020 tot 27/10/2020 – van 11u tot 13u30

Adres class room: Fosbury & Sons, Alfons Gossetlaan 40, 1702 Groot-Bijgaarden

Tarief:

- BAM leden : € 425 (excl.BTW)
- Niet leden : € 595 (excl.BTW)

Programma

Sessie 1 – Actuele essenties van marketing

6/10/2020 – classic class room

- Klant- en Marktgericht ondernemen als drijvende kracht en inspiratiebron.
- Waarde kiezen: wat is een goeie 'waarde propositie'?
- De marketing waardeketen: een 'marketing denken en doen' –stappenplan.
- Marketing 3.0: marketing essenties 'remastered'.

Sessie 2 – Waarde verschaffen – De marketing-mix

13/10/2020 – virtual class room

- Een Waardepropositie vermarkten: *go-to-market* benaderingen.
- Marketing strategie: een caleidoscopisch overzicht.
- De marketingmix: van 4P's naar 4 C's.
- Recente inzichten in product management, prijszetting, distributiestrategie.

Sessie 3 – Waarde communiceren – De communicatie-mix

20/10/2020 – virtual class room

- De communicatie-mix uitgediept.
- Het communicatieproces 'remastered': advertising, brand activation, sales, ...
- Hoe een communicatieplan opstellen.
- Digitale marketingcommunicatie 'revisited'.

Sessie 4 – Waarde implementeren – Het marketingplan

27/10/2020 – classic class room

- Waarom een marketingplan uitwerken?
- Stappenplan voor een adequate marketingplanning.
- Implementatie van het marketingplan: tips & tricks.
- Heb je een marketingbrein? Welke competenties heeft een marketeer?