

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

VAN DATA-ANALYSE TOT MARKETINGBUDGET

3 voormiddagsessies - NL



Interactieve sessies

Bouw & valideer een business model

● Praktijkworkshop met professionele begeleiding

Leer hoe u uw marketingbudget verkoopt aan uw CEO

* Breng Marketing dichterbij Sales & Finance

* Van businessmodel naar marketingstrategie

Het stofferen van uw marketingplan

Hoe data en cijfers helpen om uw marketingplannen te realiseren.

Bij bedrijfsvoering en het ontwikkelen van businessmodellen wint het financiële element steeds meer aan belang. Dat heeft zijn impact op marketing. Wie zijn plannen wil realiseren, beschikt best over gedegen sales én finance kennis. Anders gezegd: de marketeer moet leren de taal van de financieel manager te hanteren om zijn marketingplannen intern te verkopen.

Doelgroep # PROFESSIONAL

Voor professionals met een interesse in strategie, business modelling en data-analyse.

Dit programma richt zich tot personen die interesse hebben in commerciële en data analyse en geen specifieke economische vooropleiding hebben. Professionals dus, die de basics willen begrijpen en die willen doorgronden hoe data-analyse kan bijdragen tot succesvol ondernemen.

* Je bent geen data-analist en je wilt begrijpen hoe onderbouwde data-analysetechnieken je business positief kunnen beïnvloeden.

* Je bent recent aangesteld als commercieel budgetverantwoordelijke.

* Tot slot: je wil je kennis van Excel een grondige update geven.

In 3 sessies leer je met deze opleiding:

- * Een werkbaar marketing-, sales- en communicatie-budget opstellen
- * Een marketing- en verkoopplan met cijfermateriaal op een professionele manier uitwerken
- * Commerciële inspanningen kwantificeren
- * De commerciële budgetten laten aansluiten op het bedrijfsplan
- * Bedrijfseconomische logica in de commerciële budgettering integreren
- * Op een correcte manier financiële en accountancy begrippen toepassen in het commerciële werk

DOCENTEN

PENELOPE SCHOUTTEET // Researcher Vrije Universiteit Brussel

JOHAN VANHAVERBEKE // MSc. Hir., docent KULeuven/Campus Brussel, professor Marketing Management Ehsal Management School (EMS), Wetenschappelijk Adviseur BAM

SESSIE 1

Strategische KPI's vertalen naar een werkbaar business model

- > Business Development en Business efficiëntie
- > Bedrijfsstrategie vertaald naar marketingstrategie
- > Van marketingstrategie naar budgettering
- > Meten is weten, maar wat weten we na het meten?
- > Financiële metrics 'revisited' door de master marketeer

Docent: Johan Vanhaverbeke (NL)

SESSIE 2

Data versus Information: a practical marketing case

- > Case introduceren: aan de hand van concrete praktijkcasus wordt een business model uitgewerkt
- > Model opbouwen + relevantie van validiteit en betrouwbaarheid van een model

Docent: Penelope Schoutteet (NL)

SESSIE 3

Data versus Information: a practical marketing case (2)

- > Er wordt verder gewerkt aan de praktijkcasus en meer bepaald het aanbrengen van model-validatie aan de hand van rekenbladinstrumenten zoals: Goal seeker, Data tabellen, Solver, Sensitiviteitsanalyse.
- > Tijdens de tweede sessie krijgen de deelnemers de gelegenheid om hun praktijksituatie m.b.t. modellering te bespreken met de docent(en).

Docent: Penelope Schoutteet (NL)

Referatenboek: 'Commerciële Budgettering toegepast', Vanhaverbeke, J. en Vanhaverbeke, L., Intersentia, 2017 met aanvullende e-learning modules.

Iedere deelnemer brengt bij deze sessie een laptop mee - bij voorkeur met een rekenblad applicatie (excel) - zodat er hands-on kan gewerkt worden en de deelnemer de toepassingen naar de eigen praktijk kan transfereren.

3 voormiddagssessies // 09u30-13u00
€ 745 (excl. 21% BTW)
€ 520 (excl. 21% BTW) voor BAM leden
Locatie: BAM - Roularta Conference Center - Zellik



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.

INSCHRIJVEN
www.marketing.be/agenda

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