

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

DIGITAL MEDIA COMMUNICATION

5 namiddagssessies - NL/FR



Aandacht voor actuele thema's
Meteen inzetbare learnings
● Groeps én individuele sessies

Wat hoort bij een succesvol digital media plan?

In deze opleiding worden digitale communicatie en de digitale mediawereld op een gestructureerde manier aangekaart, met een focus op brandend actuele thema's. De opleiding helpt je als marketing professional (sectoren: bureau's, regies, adverteerders) om je digitale communicatiestrategie succesvol te implementeren. Naast concepten en concrete voorbeelden zijn er oefeningen voorzien, in groep en individueel, zodat je de opleiding op je persoonlijke situatie kunt toepassen.

Doelgroep # PROFESSIONAL

De opleiding richt zich tot marketing- en communicatie-professionals uit alle sectoren.

- ☐ Je wil op korte termijn een volledig overzicht van digitale communicatie krijgen.
- ☐ Je hebt een digital media update nodig.
- ☐ Je wil je digitale communicatie met succes implementeren.
- ☐ Je hebt een marketing- of communicatie-functie en je wenst verder te groeien in de digitale communicatiewereld om grip te krijgen op vandaag en morgen.
- ☐ Je wil leren hoe met partners te werken (interne en externe).
- ☐ Je wil leren van experts met jaren digital ervaring om direct de juiste richting te kiezen voor jouw dagdagelijkse challenges.

In 5 sessies leer je uit deze opleiding:

- ☐ Een overzicht van de digitale media en hoe deze gebruiken om jouw digitale communicatie strategie succesvol te implementeren.
- ☐ Hoe de digital touch points te definiëren en specifiek te meten.
- ☐ De verschillende stappen naar een goede briefing.
- ☐ Hoe KPI's en metings op te stellen.
- ☐ Hoe de impact op jouw merk én business te definiëren.
- ☐ Hoe het creatief proces te integreren.
- ☐ Hoe de KPI's vast te leggen, een dashboard op te stellen en een campagne te evalueren.

PROGRAMMALEIDER

CORENTIN FRANZIN

Business Planning Manager Mindshare

DOCENTEN

JEREMY CORMAN // Digital Strategist Mountainview

NICOLAS MANGAIN // Digital Development Manager Havas Media

STEPHANIE RADOCHITZKI // Digital, Performance Strategy Director IPG Media Brands

SEBASTIEN REPS // Digital Supervisor Maxus

FABIEN VAN DE WIELE // Managing Director Clicktrust

SESSIE 1

LE PROCESSUS CREATIF

- > Digital Strategy
 - > Customer Journey
 - > Design thinking au travers du Digital Marketing Canvas
- > Insights Collection
 - > Value proposition
 - > Design thinking au travers du Value Proposition CCanvas
- > Creative cases
 - > L'acquisition
 - > La rétention

Docent: Jeremy Corman (FR)

SESSIE 2

DIGITAL TOUCHPOINTS & CAMPAIGN OBJECTIVES

- > Définition et typologie des objectifs médias. Les 3 principaux objectifs digitaux et leurs KPI's.
- > Buying cycle & problématique du cross device.
- > Digital touch points : les grands piliers tactiques et leur KPI's spécifiques.
- > Tactique et mise en place à partir des 3 principaux objectifs:
 - > attentes par rapport au plan
 - > optimisation du plan
 - > attentes en terme de reporting.

Docent: Nicolas Mangain (FR)

SESSIE 3

DIGITAL MEDIA PLANNING

- > Integration of digital in the communication mix
- > Digital planning, essential concepts
- > Traditional vs automated
- > Data planning

Docent: Sébastien Reys (NL)

SESSIE 4

COMMENT DONNER UN BON BRIEFING

- > De la stratégie à la tactique
- > Les étapes d'un bon briefing
- > Exemples
- > Exercices pratiques

Docent: Stephanie Radochitzki (FR)

SESSIE 5

DIGITAL KPI'S

- > KPI'S definiëren en bepalen (i.f.v. strategie en objectieven).
- > KPI's per kanaal & tools.
- > Dashboard en metingssystemen opstellen.
- > Hoe een campagne evalueren: resultaten interpreteren en analyseren.
- > Impact op het merk. Finale conversie.

Docent: Fabian Van de Wiele (NL)

- > 5 interactieve sessies
- > Duidelijke stappenplannen, die je achteraf perfect kunt toepassen
- > Individuele praktijkoefeningen, toegepast op jouw specifieke problematiek

5 namiddagsessies // 14u.-17u.30
€ 1.215 (excl. 21% BTW)
€ 850 (excl. 21% BTW) voor BAM leden
Locatie: BAM - Roularta Conference Center - Zellik



INSCHRIJVEN
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