

Opleiding : Succesvolle operationele marketing

de juiste hefboomen voor actie

Praktijkcursus - 3d - 21u00 - Ref. MAR

Prijs : 1820 € V.B.



4,6 / 5

Operationele marketing omvat een breed scala aan activiteiten, van advertenties in de pers tot e-mailcampagnes en communicatie over evenementen. Deze cursus helpt je je weg te vinden en leert je hoe je een marketingstrategie omzet in een operationeel actieplan.



Pedagogische doelstellingen

Aan het einde van de training is de deelnemer in staat om:

- ✓ Een operationeel marketingplan opstellen
- ✓ Een direct-marketingcampagne ontwikkelen
- ✓ Verspreid je communicatie via verschillende media
- ✓ Het meten van acties

Doelgroep

Marketingdirecteuren en -managers, productmanagers, marktmanagers, verkooppuntmanagers, CRM- of relatiebeheerders.

Voorafgaande vereisten

Basiskennis van marketing.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Theoretische input, praktische oefeningen, casestudies en feedback.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Marketingdirecteuren en -managers, productmanagers, marktmanagers, verkooppuntmanagers, CRM- of relatiebeheerders.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Basiskennis van marketing.

VAARDIGHEDEN VAN DE CURSUSLEIDER

De deskundigen die de cursus leiden zijn specialisten op het betreffende vakgebied. Zij werden geselecteerd door onze pedagogische teams zowel om hun vakkennis als hun pedagogische vaardigheden voor elke cursus die zij geven. Zij hebben minstens vijf tot tien jaar ervaring in hun vakgebied en oefenen of oefenden verantwoordelijke bedrijfsfuncties uit.

BEOORDELINGSMODALITEITEN

De cursusleider beoordeelt de pedagogische vooruitgang van de deelnemer gedurende de gehele cursus aan de hand van meerkeuzevragen, praktijksituaties, praktische opdrachten, ...

De deelnemer legt ook van tevoren en naderhand een test af ter bevestiging van de verworven kennis.

1 Inzicht in de reikwijdte van operationele marketing

- Maak onderscheid tussen operationele en strategische marketing.
- De actiegebieden van operationele marketing beheersen.
- Ontdek de ontwikkelingen en trends in operationele marketing.

Workshop storytelling

Brainstormen en quiz over operationele marketing.

2 Een operationeel marketingplan opstellen

- De markt analyseren: vraag, concurrentie en analyse-instrumenten.
- Een strategie ontwikkelen: segmenteren, targeten en positioneren.
- De marketingmix definiëren: de 4P's (Product, Prijs, Plaats en Promotie).
- Een operationeel marketingplan opstellen: doelstellingen, planning, budget, enz.

Praktisch werk

Een SWOT-analyse maken en een operationeel marketingplan opstellen.

3 Communicatie-, promotie- en verkooptools gebruiken

- Beheers de belangrijkste punten van een on- en offline reclamecampagne: tekststrategie, mediaplanning, enz.
- Verkoop hulpmiddelen maken: productbladen, verkooppraatjes, brochures, folders, enz.
- Communicatie voor evenementen beheren: evenementen, public relations, straatmarketing, enz.

Praktisch werk

Creativiteitsworkshop op basis van een copy-strategie. Creatie van een verkooppraatje en presentatie.

4 Een direct-marketingcampagne lanceren

- De specifieke kenmerken en gebruiksvoorwaarden van direct marketing kennen.
- Voer een directmarketingcampagne: mailing, coupons, ISA, telemarketing, enz.
- Klantenbestanden kopen en huren.

Praktisch werk

Een mailingbedrijf opbouwen van A tot Z.

5 Digitale tools integreren in operationele marketing

- De digitale revolutie begrijpen.
- Inzicht in nieuw klantgedrag.
- Gebruik het web en mobiele apparaten: e-mail, nieuwsbrieven, sms, chat, geolocatie, apps, enz.
- Verbeter je aanwezigheid op sociale netwerken (Facebook, X (voorheen Twitter), Instagram, LinkedIn, enz.)

Workshop storytelling

Discussies over het gebruik van sociale media in operationele marketing.

PEDAGOGISCHE EN TECHNISCHE MIDDELEN

- De gebruikte pedagogische middelen en cursusmethoden zijn voornamelijk: audiovisuele hulpmiddelen, documentatie en cursusmateriaal, praktische oefeningen en correcties van de oefeningen voor praktijkstages, casestudies of reële voorbeelden voor de seminars.
- Na afloop van de stages of seminars verstrekt ORSYS de deelnemers een evaluatievragenlijst over de cursus die vervolgens door onze pedagogische teams wordt geanalyseerd.
- Na afloop van de cursus wordt een presentielijst per halve dag verstrekt, evenals een verklaring van de afronding van de cursus indien de stagiair alle sessies heeft bijgewoond.

TOEGANGSMODALITEITEN EN TERMIJNEN

De inschrijving dient 24 uur voor aanvang van de cursus plaatsgevonden te hebben.

TOEGANKELIJKHEID VOOR MINDERVALIDEN

Is voor u speciale toegankelijkheid vereist? Neem contact op met mevr. FOSSE, contactpersoon voor mindervaliden, via het adres psh-accueil@ORSYS.fr om uw verzoek en de haalbaarheid daarvan zo goed mogelijk te bestuderen.

6 Monitoren en meten van resultaten

- Definieer indicatoren op basis van acties en doelstellingen.
- Een dashboard opstellen: richtingaanwijzers, knipperlichten, waarschuwingen, enz.
- Externe dienstverleners selecteren en evalueren.

Workshop storytelling

Een operationeel marketingdashboard opstellen.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 17 juni, 14 sep.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 17 juni, 14 sep.