

Opleiding : Een marketingstrategie ontwerpen en implementeren

Praktijkcursus - 3d - 21u00 - Ref. MAS

Prijs : 1820 € V.B.



4,1 / 5

Om een marketingstrategie te ontwikkelen die in overeenstemming is met de doelstellingen van het bedrijf, moet je een groot aantal vaardigheden beheersen: een activiteitenportefeuille beheren, marketing en strategische segmentaties op elkaar afstemmen, assortimenten positioneren, enz. en besluitvormingsinstrumenten beheersen.



Pedagogische doelstellingen

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

- ✓ Een strategische diagnose opstellen
- ✓ Beslissingsondersteunende matrices en tools toepassen
- ✓ De concurrentieomgeving beoordelen
- ✓ Gericht op bedrijfsportefeuilles
- ✓ Waarde creëren

Doelgroep

Senior managers die verantwoordelijk zijn voor de marketingstrategie van hun bedrijfseenheid, bedrijfsdirecteuren, marketingdirecteuren, marketingmanagers, productmanagers, verkoopdirecteuren.

Voorafgaande vereisten

Basiskennis van marketing.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Theoretische input, uitwisseling van best practices, casestudies en praktische oefeningen.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Senior managers die verantwoordelijk zijn voor de marketingstrategie van hun bedrijfseenheid, bedrijfsdirecteuren, marketingdirecteuren, marketingmanagers, productmanagers, verkoopdirecteuren.

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 vak kennis 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 Bedrijfsstrategie en marketingstrategie

- Strategische marketing terug in het globale marketingplaatje.
- Het project, de missie en de doelstellingen van het bedrijf.
- De strategische keuzes en richting van het bedrijf: consistentie, referentiekader, prestatie-indicatoren.

2 Strategische diagnose

- Diagnose stellen: aanpak, belangrijkste principes.
- De omgeving identificeren: interne en externe analyse.

Oefening

Een strategische diagnose uitvoeren op basis van een casestudy.

3 Hulpmiddelen voor besluitvorming

- Beslissingsondersteunende matrices (McKinsey, ADL, Porter, enz.).
- BtoB-tools: RMC en RCA.

Oefening

Oefeningen met matrices en beslissingsondersteunende tools.

4 Strategische segmentatie

- Marketingmanagement en strategische segmentatie.
- Definitie van SAD.

5 Concurrentiestrategieën

- De concurrentieomgeving beoordelen.
- Het model van Porter, kostendominantie, differentiatie, segmentatie.
- De bijdragen van Kotler (leider, uitdager, volger, specialist).

Casestudy

Op basis van een scenario, analyse van de belangrijkste concurrenten in de markt.

6 Strategieën voor bedrijfsportfolio's

- Vereenvoudigende modellen: BCG, Arthur D. Weinig.
- Een complex model gebruiken: het attractie-asset raster.
- De Ansoff-matrix.

Oefening

Werk aan een BCG- en Ansoff-matrix.

7 Positionering en waardecreatie

- Merkpositionering en -waarde: concepten van onderscheidend vermogen, merkimago en klantwaarde.
- Waargenomen waarde, gewenste waarde.
- Van scenario's en projecten tot operationele plannen.

Oefening

Oefening in het positioneren en creëren van waarde voor het producten- en dienstenaanbod van een bedrijf.

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.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 27 mei, 27 mei, 1 juli, 1 juli, 26 okt., 26 okt.,
30 nov.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 27 mei, 1 juli, 26 okt., 30 nov.