

# Opleiding : Communicatieprestaties sturen met AI: van strategische doelstellingen tot dashboards voor besluitvorming

Zet communicatiegegevens om in indicatoren die helpen bij de besluitvorming

*Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. MDM*

*Prijs : 1570 € V.B.*

NEW

Communicatieafdelingen moeten aantonen hoe zij bijdragen aan de doelstellingen van de organisatie; het beheersen van prestatie-indicatoren is daarbij onontbeerlijk geworden. Deze opleiding biedt de mogelijkheid om een complete aanpak voor communicatiesturing op te zetten, vanaf het vaststellen van de doelstellingen tot het opstellen van dashboards die worden aangevuld met kunstmatige intelligentie. De deelnemers leren relevante gegevens te identificeren, bepaalde analyses te automatiseren, letterlijke citaten te benutten en rapportages met een hoge toegevoegde waarde op te stellen.

## Pedagogische doelstellingen

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

- ✓ Prestatie-indicatoren vaststellen die zijn afgestemd op meetbare communicatiedoelstellingen
- ✓ De relevante communicatiebronnen en de verschillende communicatieactiviteiten (persrelaties, evenementen, public relations...) in kaart brengen en structureren
- ✓ Een dashboard ontwerpen dat is uitgebreid met functies op basis van kunstmatige intelligentie
- ✓ Kwantitatieve en kwalitatieve gegevens analyseren met behulp van generatieve AI-tools en social listening
- ✓ Het opstellen van een strategisch rapport met operationele aanbevelingen voor het management

## DEELNEMERS

Communicatiemanagers, communicatiemedewerkers, marketing- en communicatiemanagers, managers digitale communicatie, merkmanagers, communicatieconsultants, onderzoekers, projectleiders communicatie, en iedereen die de prestaties van communicatieacties moet meten en aansturen.

## VOORAFGAANDE VEREISTEN

Basiskennis van de belangrijkste aspecten van communicatie en digitale media.

## 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.

## Doelgroep

Communicatiemanagers, communicatiemedewerkers, marketing- en communicatiemanagers, managers digitale communicatie, merkmanagers, communicatieconsultants, onderzoekers, projectleiders communicatie, en iedereen die de prestaties van communicatieacties moet meten en aansturen.

## Voorafgaande vereisten

Basiskennis van de belangrijkste aspecten van communicatie en digitale media.

## Praktische modaliteiten

Een afwisseling van methodologische inleidingen, demonstraties en praktische oefeningen. Casestudy's die zijn geïnspireerd op echte beroepssituaties. Individuele oefeningen, werk in tweetallen en gezamenlijke workshops. Gebruik van datasets, dashboards en verzamelingen van letterlijke citaten.

## Opleidingsprogramma

### 1 Een doelgerichte aansturingsaanpak ontwikkelen

- De uitdagingen van communicatiesturing in kaart brengen vanuit het oogpunt van waardecreatie
- De doelstellingen van de organisatie koppelen aan de communicatiedoelstellingen
- Een communicatiestrategie omzetten in een meetbaar actieplan
- Prestatie-indicatoren vaststellen die zijn afgestemd op de doelstellingen op het gebied van naamsbekendheid, betrokkenheid, conversie en reputatie
- Een samenhangend proces vastleggen: doelstellingen, maatregelen, indicatoren, gegevens en rapportage

### Praktisch werk

Collectieve evaluatie van verschillende communicatieplannen. In subgroepen analyseren de deelnemers een bedrijfscase en herformuleren ze de communicatiedoelstellingen volgens de SMART-methode. Opstellen van een matrix waarin doelstellingen, acties, indicatoren en gegevensbronnen met elkaar worden gekoppeld. Collectieve presentatie en uitwisseling van goede praktijken.

### 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.

## 2 De gegevens identificeren, verzamelen en structureren die nuttig zijn voor de meting

- De beschikbare gegevens in kaart brengen volgens het POEM-model (Paid, Owned, Earned Media)
- De belangrijkste gegevensbronnen in kaart brengen: sociale media, websites, e-mailcampagnes, media, berichtgeving in de pers en evenementen, advertentieplatforms, CRM-tools
- Kies de relevante statistieken op basis van de nagestreefde doelstellingen
- De kwaliteit, betrouwbaarheid en beperkingen van de beschikbare gegevens beoordelen
- De gegevens ordenen met het oog op het gebruik ervan in een rapportagesysteem

### Praktisch werk

Workshop over het in kaart brengen van gegevens. Aan de hand van een rode draad brengen de deelnemers de beschikbare gegevens in kaart en ordenen ze deze volgens het POEM-model. In tweetallen selecteren ze de meest relevante indicatoren en onderbouwen ze hun keuze. Opstellen van een referentiekader met indicatoren dat in hun professionele context kan worden hergebruikt.

## 3 Het ontwerpen van dashboards die worden aangevuld met kunstmatige intelligentie

- Een dashboard opzetten dat aansluit bij de behoeften van de verschillende belanghebbenden
- Kies de juiste visualisaties voor elke indicator
- Gebruikmaken van de AI-gestuurde analysefuncties in Power BI en Looker Studio
- Gebruik algemene AI-tools om het opstellen, interpreteren en verrijken van rapportages te versnellen
- Gegevens integreren uit monitoring- en social listening-tools die met AI zijn verrijkt

### Praktisch werk

Het maken van een prototype van een dashboard op basis van een aangeleverde dataset. Begeleide oefeningen in Power BI of Looker Studio om relevante visualisaties te maken. Gebruik van prompts met ChatGPT, Claude, Mistral of Copilot om automatische analyses te genereren, trends te identificeren en managementcommentaar te produceren. Vergelijking van de verkregen resultaten met verschillende benaderingen van prompting.

#### 4 De transcripties analyseren en inzichten verkrijgen met behulp van AI

- De voordelen en beperkingen van AI bij kwalitatieve analyse in kaart brengen
- Gebruikmaken van reacties, klantbeoordelingen, enquêtes en gesprekken op sociale media.
- Analyses uitvoeren van sentiment, toon en opkomende thema's
- Reproduceerbare analyseworkflows opzetten voor regelmatige rapportages
- De analyseresultaten omzetten in bruikbare strategische inzichten

##### Praktisch werk

Analyse van een corpus van letterlijke transcripties uit een echte of gesimuleerde casus. Eerst individueel en daarna in groepen werken aan het gebruik van ChatGPT, Claude of een social listening-tool om de belangrijkste trends, zwakke signalen en verwachtingen van het publiek te identificeren. Opstellen van een onderbouwde samenvatting van de inzichten en presentatie van de conclusies aan de groep.

#### 5 Strategische rapportages opstellen en aanbevelingen formuleren

- Een prestatieoverzicht opstellen dat aansluit bij de verwachtingen van het management
- De belangrijkste informatie prioriteren om de besluitvorming te vergemakkelijken
- AI-gestuurde analyses en samenvattingen genereren, met behoud van een kritische blik
- Aanbevelingen voor aanpassingen formuleren op basis van de waargenomen gegevens
- De resultaten presenteren en de voorgestelde beleidslijnen verdedigen bij de beleidsmakers

##### Praktisch werk

Samenvattende casestudie. Op basis van een uitgebreid overzicht en kwantitatieve en kwalitatieve analyses stellen de deelnemers een prestatierapport op. In groepen stellen ze een presentatie samen voor een directiecomité, waarin bevindingen, analyses en aanbevelingen zijn verwerkt. Mondelinge presentatie voor alle deelnemers, gevolgd door een gezamenlijke nabespreking en feedback van de trainer.

*Dit programma is een origineel concept, ontwikkeld door de pedagogische teams van ORSYS Formation. Elke reproductie, weergave, aanpassing of exploitatie, geheel of gedeeltelijk, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van ORSYS, is ten strengste verboden. ORSYS behoudt zich het recht voor om alle nodige maatregelen te nemen ter bescherming van haar intellectuele-eigendomsrechten.*

## Data en plaats

### KLAS OP AFSTAND

2026 : 7 dec.

2027 : 1 maa., 10 juni, 20 sep., 2 dec.

### PARIS LA DÉFENSE

2026 : 7 dec.

2027 : 22 feb., 3 juni, 13 sep., 25 nov.