

Marketing manager certificeringscursus

ORSYS-certificering + optionele DiGiTT®-certificering op afstand
Praktijkcursus - 8d - 56u00 - Ref. KMK

Deze cursus geeft je de fundamentele vaardigheden en kennis die je nodig hebt om de marketingstrategie van je bedrijf te implementeren. Je leert hoe je je marketingmix opbouwt en optimaliseert, je marketingplan opstelt en verschillende analyse- en communicatietools gebruikt. Je zult ook zien hoe je dashboards kunt instellen om je verschillende acties te beheren en op te volgen. Tot slot ontdek je hoe je digitaal kunt integreren in je marketingstrategie.

Pedagogische doelstellingen

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

- ✓ De fundamentele concepten van marketing verwerven
- ✓ De marketingstrategie en productpositionering bepalen
- ✓ Uw marketingmix samenstellen en optimaliseren
- ✓ Stel het marketingplan op en bepaal de monitoringindicatoren
- ✓ Bekend zijn met de belangrijkste tools die worden gebruikt om een digitale strategie te implementeren

Doelgroep

Directeurs, responsables et collaborateurs des services marketing et toutes les personnes impliquées dans des projets de marketing stratégique ou opérationnel.

Voorafgaande vereisten

Geen speciale kennis vereist.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Theoretische input, discussie en feedback. Casestudies en praktische oefeningen.

Leer methodes

Schema: de CLE-cursus moet aan het begin van de cyclus worden gevolgd; de andere cursussen kunnen in willekeurige volgorde worden gevolgd.

DEELNEMERS

Directeurs, responsables et collaborateurs des services marketing et toutes les personnes impliquées dans des projets de marketing stratégique ou opérationnel.

VOORAFGAANDE VEREISTEN

Geen speciale kennis vereist.

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.

Samenstelling van het traject

Dit traject bestaat uit de volgende modules :

Digitale marketing, implementatiestrategieën

Ref. MKD - 2 dagen

★ 4 / 5

Marketing Manager Certificering

Ref. KZZ - 0.5 dag

★ 3 / 5

Opleidingsprogramma

1 Een marketingdiagnose uitvoeren

- Marketing en de reikwijdte ervan.
- Fasen in het marketingproces: markt, behoeften, producten en diensten, segmentatie, enz.
- De verschillende soorten marketing: strategisch, operationeel, product, relatie...
- Marketingplannen: strategisch, zakelijk, operationeel, enz.
- Interne diagnose: bedrijfsidentiteitsformulier, analyse van vaardigheden en functies.
- Portfolio-analyse: Pareto- en BCG-modellen.
- Externe diagnose: analyse van de omgeving, classificatie van concurrenten, enz.

Casestudy

Construction d'une analyse SWOT.

2 Een marketingstrategie ontwikkelen

- Doelstellingen definiëren met behulp van de SMART-methode.
- Strategiemodellen: Igor Ansoff, Mac Kinsey, Porter...
- De keuze van product/marktcombinaties.
- RFM segmentatie: Frequentie, Frequentie, Hoeveelheid.
- Acties: segmenten om in te investeren, te ontwikkelen, te onderhouden of op te geven.
- Doelstrategieën: indifferentiatie, differentiatie, concentratie.
- Productpositionering: definitie, criteria en kansen.

Casestudy

Elaboration d'un mapping de positionnement.

3 Een marketingmix samenstellen

- De levenscyclus en curve van het product.
- Prijs: vraag- en elasticiteitscoëfficiënten, aanvaardbaarheidsprijs, berekening van break-even, enz.
- Plaats: de keuze van het distributiekanaal.
- Promotie: reclame, verkoopbevordering, direct marketing, enz.
- Een communicatieplan opstellen: doelstellingen, budget...
- De anderen "P": Mensen, Bewijs en Proces.

Praktisch werk

Een marketingmix samenstellen.

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.

4 Een marketingplan opstellen en dashboards ontwikkelen

- Opstellen van een marketingplan en indicatoren om acties te monitoren.
- Het jaarlijkse operationele plan en het verkoopactieplan.
- Actieplanning.
- Operationele uitvoering.
- Dashboards: indicatoren, selectieve distributie, formaat, uitleg van discrepanties, enz.

Oefening

De structuur van een productlanceringsplan opbouwen.

5 Marketinganalysetools gebruiken

- Het marketinginformatiesysteem.
- Kwalitatief en kwantitatief onderzoek.
- Concurrentiële intelligentie en omgevingsanalyse.
- CRM-tools.
- De toegevoegde waarde van het aanbod.
- Positionering in kaart brengen.

Oefening

Gebruik van marketinganalyse-instrumenten.

6 De tools van de marketingmix begrijpen

- Hulpmiddelen voor de leveringsmix: productlevenscyclus, specificaties, tests, enz.
- De instrumenten van de communicatiemix: het communicatieplan, indicatoren, dashboards, enz.
- Tools voor prijsmix: elasticiteit van de vraag, prijsniveau, prijsstelling, rendement, enz.
- De instrumenten van de distributiemix: distributiekkanalen, merchandising, handelsmarketing, enz.
- Verkoopkrachttools: het verkoopactieplan (SAP), verkoopondersteunende tools, enz.

Oefening

Stel een communicatieplan op.

7 Een operationeel marketingplan opstellen

- De actiegebieden van operationele marketing.
- Implementatie van het operationele marketingplan.
- De belangrijkste punten van een on- en offline reclamecampagne: tekststrategie, mediaplanning...
- Productie van verkoop hulpmiddelen: productbladen, verkooppraatjes, folders, enz.
- Communicatiemanagement: evenementen, public relations, enz.
- Een direct-marketingcampagne opzetten: mailing, telemarketing, enz.

Oefening

Een operationeel marketingplan opstellen.

8 Operationele marketing beheren

- Rekening houden met nieuw klantgedrag.
- Monitoren en meten van resultaten.
- Indicatoren definiëren op basis van acties en doelstellingen.
- Een dashboard opstellen: richtingaanwijzers, knipperlichten, waarschuwingen, enz.

Praktisch werk

Een operationeel marketingdashboard opstellen.

9 Digitale tools integreren in marketing

- De evolutie en uitdagingen van digitaal in het bedrijfsleven.
- De overgang van productgericht naar klantgericht.
- Methoden voor siteontwerp: persona's, responsief, UX-ontwerp, enz.
- Nieuwe realtime klantrelatietools.
- Sociale-mediastrategie: aanwezigheid op sociale netwerken, natuurlijke en betaalde zoekmachineoptimalisatie, enz.

10 Ontwikkelingen in marketing begrijpen

- Het relatieprogramma in het digitale tijdperk: nieuwe klantsegmentatie en een gewijzigde klantlevenscyclus.
- Tools voor campagnebeheer: personalisatie en scenario's met meerdere terminals.
- Gegevens in het hart van digitale reclame.
- Programmatic buying: hoe het werkt, bouwstenen en ecosysteem.
- Audience planning: inkoopmethoden, transparantie, targeting en personalisatie.
- Van e-commerce tot de digitalisering van verkooppunten: aangesloten winkels.
- Het internet van dingen, opkomende technologieën en hun impact op middellange termijn.

Opties

: 190€ HT

La certification DiGiTT® est en option lors de l'inscription à cette formation et s'articule en 3 étapes : le passage d'un Diag® avant la formation, l'accès à une digithèque permettant l'apprentissage des concepts et notions pour chaque compétence digitale, puis le passage de l'examen de certification. Celui-ci se compose d'un test de 90 min disponible en anglais et en français. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points (débutant, intermédiaire, avancé, expert). Le seul suivi de cette formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum à l'examen. La planification de ce dernier et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

De certificeringsoptie wordt aangeboden in de vorm van een voucher of een uitnodiging waarmee u na afloop van de opleiding het examen kunt afleggen.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 25 maa., 25 maa., 27 apr., 18 mei, 15 juni, 15 juni, 23 sep., 23 sep., 26 okt., 18 nov., 9 dec., 9 dec.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 25 maa., 27 apr., 18 mei, 15 juni, 23 sep., 26 okt., 18 nov., 9 dec.

LILLE

2026 : 25 maa., 15 juni, 23 sep.