

Opleiding : Marketingdashboards bouwen

Van ontwerp tot analyse: de sleutels tot geïnformeerde besluitvorming

Praktijkcursus - 2d - 14u00 - Ref. TBM

Prijs : 1360 € V.B.

Aan het einde van deze cursus bent u in staat om uw marketingactiviteiten effectief te beheren. Je leert relevante key performance indicators te definiëren en deze te vertalen naar aangepaste dashboards. Door datavisualisatietools onder de knie te krijgen, kunt u uw gegevens omzetten in informatie waarmee u strategische beslissingen kunt nemen. Zo kunt u uw campagnes optimaliseren, anticiperen op markttrends en de resultaten van uw acties effectief communiceren naar uw teams en het management.

Pedagogische doelstellingen

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

- ✓ Duidelijke, meetbare doelstellingen definiëren (OKR's en KPI's) die zijn afgestemd op marketingstrategieën
- ✓ Aangepaste dashboards maken
- ✓ Automatiseer het verzamelen en bijhouden van gegevens uit verschillende marketingbronnen (Google Analytics, CRM, enz.)
- ✓ Marketingstrategieën aanpassen op basis van inzichten uit dashboards
- ✓ Resultaten en aanbevelingen duidelijk communiceren met behulp van relevante datavisualisaties

Doelgroep

Marketingmanagers, productmanagers.

Voorafgaande vereisten

Basiskennis van marketing.

Praktische modaliteiten

Praktisch werk

Theoretische input, praktische oefeningen en het delen van best practices.

Opleidingsprogramma

DEELNEMERS

Marketingmanagers,
productmanagers.

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 Dashboardontwerp en -doelstellingen

- Het belang van dashboards voor het beheren van marketingprestaties (ROI, conversie, loyaliteit).
- Soorten dashboards (strategisch versus operationeel) en hun rol in marketing.
- De OKR-methode (Objectives and Key Results) toegepast op marketing.
- Marketingdoelstellingen definiëren (groei, bewustzijn, betrokkenheid).
- KPI's selecteren op basis van doelstellingen (conversiepercentage, kosten per acquisitie, klanttevredenheid).
- De relevante KPI's voor elke campagne definiëren (acquisitie, retentie, betrokkenheid).

Praktisch werk

Définir des OKR et des KPI marketing pour son organisation. Priorisation des résultats clés à suivre via un tableau de bord. Exemples d'utilisation dans différentes stratégies marketing (digital, CRM, réseaux sociaux). Lancement d'un plan d'action.

2 Dashboards maken en workflows automatiseren

- Introductie en gebruik van Looker Studio.
- Creëer interactieve dashboards.
- Automatisering van gegevensstromen (verbinding met bronnen zoals Google Analytics, CRM, sociale netwerken).

Praktisch werk

Création d'un tableau de bord avec des KPI personnalisés pour une campagne marketing réelle ou fictive. Exemples d'outils d'IA intégrés dans les tableaux de bord. Démonstration de Looker Studio, Power BI et Monday.com. Enrichissement du plan d'action.

3 Gegevensanalyse om campagnes te optimaliseren

- Het gebruik van dashboards om resultaten in realtime te analyseren.
- Gegevens interpreteren om marketingcampagnes aan te passen (A/B-testen, voortdurende verbetering).

Praktisch werk

Optimaliseer campagnes in realtime met dashboards en visualisatie van resultaten. Identificeer verbeterpunten en pas marketingstrategieën aan.

4 Dashboards aanpassen met gegevens van de eerste partij in digitale marketing

- Het exploiteren van first-party gegevens na het einde van third-party cookies: doelgroepsegmentatie, het volgen van klanttrajecten.
- Aangepaste dashboards om de campagneprestaties op een meer gedetailleerd niveau te volgen.

Praktisch werk

Presentatie van campagneprestaties om inzichten expliciet over te brengen aan andere deelnemers (of op basis van casestudies). Delen van resultaten en discussie over de beste praktijken bij het interpreteren en communiceren van resultaten.

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.

5 Technologische innovaties in gegevensanalyse

- Technologieën voor het meten van consumenten aandacht en emoties: eye tracking en gezichtscodering.
- AI voor voorspellende marketing: anticiperen op trends, geavanceerde analyses automatiseren en strategieën aanpassen.
- Tools voor marketingproces automatisering (MarTech): presentatie van functies voor machine learning en automatisering.
- Wanneer en hoe samen te werken met gespecialiseerde bureaus.

Praktisch werk

Afronden van individuele actieplannen om marketingdashboards te integreren in professionele strategieën.

Data en plaats

KLAS OP AFSTAND

2026 : 2 apr., 28 mei, 15 okt., 3 dec.

PARIS LA DÉFENSE

2026 : 26 maa., 21 mei, 8 okt., 26 nov.