

Keuzedeel mbo

Verdieping marketingcommunicatie

gekoppeld aan één of
meerdere kwalificaties mbo

Code

K0881

Penvoerder: Sectorkamer ICT en creatieve industrie
Gevalideerd door: Sectorkamer ICT & creatieve industrie
Op: 12-09-2017

1. Algemene informatie

D1: Verdieping marketingcommunicatie

Studielast

240

Beroepsvereisten

Nee

Certificaten

Nee

Gekoppeld aan kwalificatie(s)

Zie bijlage op www.s-bb.nl/kwalificatiedossiers

Toelichting

Dit keuzedeel is een verdieping op het keuzedeel Marketing-communicatie.

Relevantie van het keuzedeel

Beginnend beroepsbeoefenaars hebben met het keuzedeel Marketing-communicatie betere kansen op de arbeidsmarkt in hun rol als schakel tussen verschillende media-disciplines en de klant. Ook biedt dit keuzedeel een voorbereiding op doorstroom naar HBO marketing en/of communicatie. Met het keuzedeel Verdieping marketingcommunicatie wordt de rol als schakel tussen media en klant verder uitgediept en hetzelfde geldt voor de voorbereiding op het HBO.

Beschrijving van het keuzedeel

Dit keuzedeel biedt verdiepende online marketingcommunicatiekennis en -vaardigheden aan die de beginnend beroepsbeoefenaar verder brengen in zijn werk. Hij leert de positie van (het bedrijf van) de opdrachtgever grondig te bepalen door het doen van onderzoek voor het maken van een marketingcommunicatieplan voor online. Hij kan zijn klant- en mediakennis al vroeg in een traject voor de opdrachtgever koppelen aan de beoogde online activiteiten. Hij kan deze concreet uitwerken in een online marketingcommunicatiecampagne.

Branchevereisten

Nee

Aard van keuzedeel

Doorstroom
Verbredend

2. Uitwerking

D1-K1: Maakt een marketingcommunicatieplan voor online

Complexiteit

Het maken van een marketingcommunicatieplan voor online vereist algemene kennis van het maken van dergelijk plannen maar wel met specifiek inzicht in online en dan met name wat het klantgedrag betreft; hoe gedraagt de (potentiële) klant zich online en wat is dan de beste manier om die klant te bereiken. De werkzaamheden zijn niet routinematig van aard; de specifieke situatie van de opdrachtgever, met name hoe hij in kan en wil zetten op online, vraagt om een specifieke aanpak en uitwerking en dat maakt het werk tamelijk complex.

Verantwoordelijkheid en zelfstandigheid

De beginnend beroepsbeoefenaar werkt vanuit zijn deskundigheid in opdracht van en nauw samen met de opdrachtgever (of de eindverantwoordelijke binnen diens organisatie). Hij is zelf verantwoordelijk voor de kwaliteit van het plan.

Vakkennis en vaardigheden

De beginnend beroepsbeoefenaar:

- Heeft kennis van het maken van een marketingcommunicatieplan
- Heeft specialistische kennis van online klantgedrag
- Heeft specialistische kennis van online marketing en communicatie
- Heeft specialistische kennis van social media voor zakelijk gebruik
- Heeft specialistische kennis van online brand advertising

D1-K1-W1: Maakt een klantengedraganalyse

Omschrijving

De beginnend beroepsbeoefenaar gaat na welke klanten de opdrachtgever bedient of wil bedienen en hoe die zich online gedragen. Hij analyseert klantgegevens en zoekt waar nodig aanvullende informatie. Hij vraagt naar beweegredenen van klanten bij klanten zelf of medewerkers die met klanten te maken hebben. Hij verzamelt alle informatie en trekt overall conclusies over het klantgedrag.

Resultaat

Het online klantgedrag is in beeld gebracht.

Gedrag

- verzamelt uitgebreid informatie en gebruikt verschillende bronnen om online klantgedrag te achterhalen
 - analyseert de beschikbare gegevens grondig en combineert gegevens tot relevante informatie
 - toont het vermogen om snel en veel informatie over online klantgedrag in zich op te nemen en te verwerken
- De onderliggende competenties zijn: Onderzoeken, Vakdeskundigheid toepassen, Analyseren

D1-K1-W2: Maakt een bedrijfsanalyse

Omschrijving

De beginnend beroepsbeoefenaar bepaalt wat het bedrijf van de opdrachtgever zijn klanten te bieden heeft. Hij bepaalt welke markt het bedrijf bedient en/of wil bedienen. Hij stelt vast in hoeverre er al een (impliciet) marketingconcept is voor online. Hij bepaalt hoe het bedrijf online communiceert met diens klanten en in hoeverre dat effectief is.

Resultaat

Het is duidelijk wat (het bedrijf van) de opdrachtgever zijn klanten online te bieden heeft en hoe dat gecommuniceerd wordt.

Gedrag

D1-K1-W2: Maakt een bedrijfsanalyse

- kijkt vanuit een breed perspectief naar hoe de opdrachtgever opereert in de online markt en houdt in de gaten wat er zich in de organisatie en in de omgeving afspeelt
 - is zich ervan bewust hoe de organisatie functioneert
 - geeft de opdrachtgever heldere en constructieve feedback over de prestaties van het bedrijf op de online markt
- De onderliggende competenties zijn: Onderzoeken, Bedrijfsmatig handelen, Begeleiden

D1-K1-W3: Verwerkt de analyses tot een marketingcommunicatieplan

Omschrijving

De beginnend beroepsbeoefenaar legt de klantengedraganalyse naast de bedrijfsanalyse. Hij vergelijkt de uitkomsten en stelt vast waar (marketing- en communicatie)zaken wel en niet op één lijn zitten. Hij bespreekt wat er met de uitkomsten moet gebeuren, doet voorstellen en trekt conclusies. Hij verwerkt alle relevante gegevens tot een overall plan waarin zowel de online marketing strategie en aanpak als de communicatie strategie en aanpak van het bedrijf is verwerkt.

Resultaat

Er ligt een gedegen marketingcommunicatieplan voor online.

Gedrag

- maakt logische gevolgtrekkingen uit de opbrengsten van de analyses van klantengedrag en bedrijfsaanbod
 - deelt kennis en inzichten met de opdrachtgever/andere betrokkenen
 - geeft de opdrachtgever stellige adviezen over hoe het bedrijf de online klant het beste kan bedienen
 - verwoordt de uitkomsten kernachtig en in een door anderen makkelijk te volgen structuur
- De onderliggende competenties zijn: Begeleiden, Analyseren, Samenwerken en overleggen, Formuleren en rapporteren

D1-K2: Realiseert een online marketingcommunicatiecampagne

Complexiteit

Voor het realiseren van een online marketingcommunicatiecampagne is specialistische kennis nodig van online toepassingsmogelijkheden. Verschillende online kanalen kunnen gebruikt worden, maar wat de meest effectieve klantbenadering is gegeven de (financiële) mogelijkheden, is een afweging waar - op basis van de beschikbare data - goed over nagedacht moet worden. Ook een eenduidige communicatieboodschap en -vorm is sterk bepalend voor het effect. Deze werkzaamheden zijn veelal niet routinematig omdat elke campagne specifieke vragen oproept waarvoor specifieke oplossingen bedacht moeten worden. Dit maakt het werk tamelijk complex.

Verantwoordelijkheid en zelfstandigheid

De beginnend beroepsbeoefenaar werkt voor de input nauw samen met (de organisatie van) de opdrachtgever. Bij de uitwerking en realisatie van de campagne is hij vooral op zichzelf aangewezen. Hij is zelf verantwoordelijk voor het eindresultaat.

Vakkennis en vaardigheden

De beginnend beroepsbeoefenaar:

- Heeft specialistische kennis van email marketing
 - Heeft specialistische kennis van online marketing en communicatie
 - Heeft specialistische kennis van social media voor zakelijk gebruik
 - Heeft specialistische kennis van SEO; het optimaliseren van content voor zoekmachinedoeleinden
 - Heeft specialistische kennis van het formuleren van campagnedoelen voor bepaalde doelgroepen
 - Heeft specialistische kennis van het user friendly maken van content
-
- Kan content (her)schrijven voor online gebruik
 - Kan een campagne data-driven maken in plaats van 'schieten met hagel'

D1-K2-W1: Bepaalt campagnedoel en doelgroep

Omschrijving

De beginnend beroepsbeoefenaar onderzoekt om welke boodschap/product/dienst de campagne van (het bedrijf van) de opdrachtgever moet gaan. Hij onderzoekt wat de doelgroep is of moet zijn. Hij stelt met de opdrachtgever boodschap/product/dienst en doelgroep vast. Hij bepaalt hoe de doelgroep wordt aangesproken; stijl van teksten/beelden en via welke online middelen (bijvoorbeeld email marketing, website, social media).

Resultaat

Het campagnedoel, de doelgroep en benaderingswijze zijn bepaald.

Gedrag

- ziet en onderkent kansen om nieuwe initiatieven te starten voor producten/diensten
 - introduceert nieuwe benaderingen en inzichten en komt met creatieve ideeën bij het aanbieden van nieuwe producten/diensten
 - vraagt de mening en ideeën van collega's en speelt er op in zodat zij zich medeverantwoordelijk voelen
 - neemt duidelijke beslissingen over doel(groep) en benaderingswijze
- De onderliggende competenties zijn: Ondernemend en commercieel handelen, Creëren en innoveren, Beslissen en activiteiten initiëren, Samenwerken en overleggen

D1-K2-W2: Verzamelt en/of maakt content voor de campagne

Omschrijving

De beginnend beroepsbeoefenaar bepaalt welke content er voor welke doelgroep en welk online middel moet komen. Hij verzamelt content op allerlei manieren (van medewerkers, van derden, zorgt waar nodig voor nieuwe content). Hij legt alle content naast elkaar en maakt keuzes.

Resultaat

Er ligt voor de online campagne geschikte content.

D1-K2-W2: Verzamelt en/of maakt content voor de campagne

Gedrag

- toont over de juiste kennis en inzichten te beschikken bij het bepalen van content en middelen
 - geeft duidelijk aan wat collega's en/of derden moeten aanleveren en wanneer
 - neemt weloverwogen en op tijd beslissingen over contentkeuzes
- De onderliggende competenties zijn: Beslissen en activiteiten initiëren, Aansturen, Vakdeskundigheid toepassen

D1-K2-W3: Optimaliseert de content voor online toepassingen en lanceert de campagne

Omschrijving

De beginnend beroepsbeoefenaar zorgt er voor (besteedt dit uit of doet het zelf) dat de content geschikt is voor email marketing en/of voor de website. Hij zorgt er voor dat de content geoptimaliseerd is voor zoekmachines. Hij regelt dat er (gedurende de campagne) content is voor social media. Hij zorgt voor afstemming van de online media zodat deze in samenhang gericht zijn op het campagnedoel. Hij brengt alles in gereedheid en start de campagne.

Resultaat

Alle content is geoptimaliseerd en de campagne is gestart.

Gedrag

- zet zijn kennis en vaardigheden kundig en accuraat in bij het optimaliseren van content
 - plant en regelt tijdig de activiteiten die nodig zijn voor social media
 - hakt knopen door en neemt duidelijke beslissingen die ervoor zorgen dat de campagne van start gaat
- De onderliggende competenties zijn: Beslissen en activiteiten initiëren, Materialen en middelen inzetten, Plannen en organiseren