

- Analyseert bedrijfsexterne factoren (kenmerken en behoeften van de doelgroep, aantal en soort leveranciers, concurrentie, marktpositie, wetgeving, economische, sociale, technologische, politieke evoluties,...)
- Bepaalt de factoren die bijzondere aandacht moeten krijgen bij het opstellen van de marketingstrategie
- Onderzoekt welke innovaties mogelijk zijn
- Bepaalt welke innovaties noodzakelijk zijn
- Bepaalt de doelstellingen van de marketingstrategie (imago, uitstraling, bereikbaarheid, distributie, garantie, service, functie van de prijs, omzet, naamsbekendheid, klanten bereiken, koppeling aan uitstraling bedrijf, ...)
- Denkt de marketingstrategie uit volgens de doelstellingen (optimale marketing mix)

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van grondstoffen/producten
- Kennis van handelsrecht
- Kennis van productpresentatie en merchandising
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van sociale wetgeving
- Kennis van technieken voor merchandising
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van wetenschappelijke onderzoeksmethodes
- Kennis van ICT
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van het belang van de integratie tussen het sales- en marketingdepartement
- Kennis van het belang van de integratie tussen het sales- en marketingdepartement
- Grondige kennis van (digitale) marketing (B2B - B2C)
- Grondige kennis van commerciële technieken
- Grondige kennis van e-commerce
- Grondige kennis van kwaliteitsnormen
- Grondige kennis van milieuwetgeving
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van projectbeheer
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van veiligheidswetgeving
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

- Grondige kennis van marketingbeleid
- Grondige kennis van geomarketing
- Grondige kennis van Marketing automation
- Grondige kennis van Performance marketing
- Grondige kennis van Influencer marketing

Competentie 2:

Stelt het marketingplan op en volgt de uitvoering ervan op

- Bepaalt per onderdeel van de marketingstrategie meetbare doelstellingen (verkoopcijfers, marktaandeel, deadlines, ...)
- Bepaalt de prioriteiten.
- Bepaalt de marketingtools (prijsstrategie, productvernieuwing, promotiecampagne, distributiekkanalen, ...) voor elk onderdeel van het marketingplan
- Volgt de uitvoering van het marketingplan door de verschillende departementen op.
- Evalueert de uitvoering van het marketingplan door de verschillende departementen.
- Optimaliseert waar nodig.
- Stuurt de processen bij.

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van budgetbeheer
- Kennis van commerciële distributiekkanalen, advertising channels (paid, organic,..)
- Kennis van community management
- Kennis van datamining
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van econometrie
- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van e-procurement (elektronisch beheer van aankopen)
- Kennis van financieel beheer
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Google analytics
- Kennis van grafisch productieproces
- Kennis van handelsrecht
- Kennis van informatierecht
- Kennis van intellectueel eigendomsrecht
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van managementtechnieken
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multi channel management

- Kennis van multi-channel marketing
- Kennis van multimedia-opmaak software
- Kennis van personeelsbeheer
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van principes voor het opstellen van een actieplan
- Kennis van productietechnieken
- Kennis van productpresentatie en merchandising
- Kennis van publiciteitstechnieken (keuze van media, dragers, ...)
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van sociale media analyse tools
- Kennis van sociale media
- Kennis van sociologie (consumentengedrag, groepsgedrag...)
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van webmarketing
- Kennis van mediakenmerken
- Kennis van ICT
- Kennis van rapporteringstechnieken
- Grondige kennis van (digitale) marketing (B2B - B2C)
- Grondige kennis van commerciële technieken
- Grondige kennis van e-commerce
- Grondige kennis van kwaliteitsnormen
- Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
- Grondige kennis van milieuwetgeving
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van projectbeheer
- Grondige kennis van search engine marketing (SEM)
- Grondige kennis van software voor klantenbeheer (CRM)
- Grondige kennis van veiligheidswetgeving
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van geomarketing
- Grondige kennis van GDPR-wetgeving
- Grondige kennis van UX design (Customer Experience)
- Grondige kennis van Marketing automation
- Grondige kennis van Performance marketing
- Grondige kennis van Influencer marketing
- Grondige kennis van content management
- Grondige kennis van SEO en SEA
- Grondige kennis van copywriting en wervend schrijven
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing

Competentie 3:

Bepaalt het marketingbudget en volgt de uitwerking voor alle producten van de onderneming op

- Bestudeert boekhoudkundige gegevens.
- Bepaalt de financiële ruimte voor uitgaven of besparingen.
- Bepaalt de verdeling van de budgetten over de verschillende producten.
- Neemt maatregelen bij overschrijding van het budget.

- Bespreekt met de bedrijfsleiding een noodzakelijke budgetverhoging i.f.v. innovaties.
- Bespreekt het budgetbeheer met bedrijfsleiding.

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van budgetbeheer
- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van e-procurement (elektronisch beheer van aankopen)
- Kennis van financieel beheer
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van grondstoffen/producten
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van methodes voor risicoanalyse
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van webmarketing
- Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 4:

Denkt de promotiecampagne van de producten uit en volgt de uitwerking ervan op

- Bepaalt de basisideeën uit voor de promotiecampagne.
- Coördineert de samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, reclamebureaus, ... voor het uitwerken van de promotiecampagne.
- Toetst de reclamecampagne aan het marketingplan.
- Evalueert uitwerking van de promotiecampagne.
- Optimaliseert waar nodig.
- Stuurt de processen bij.

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van budgetbeheer
- Kennis van commerciële distributiekanaalen, advertising channels (paid, organic,..)
- Kennis van community management
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.

- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van financieel beheer
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Google analytics
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van managementtechnieken
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van productpresentatie en merchandising
- Kennis van publiciteitstechnieken (keuze van media, dragers, ...)
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van sociale media
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van vergadertechnieken
- Kennis van verkooptechnieken
- Kennis van webmarketing
- Kennis van mediakenmerken
- Grondige kennis van (digitale) marketing (B2B - B2C)
- Grondige kennis van commerciële technieken
- Grondige kennis van search engine marketing (SEM)
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van geomarketing
- Grondige kennis managementmodellen
- Grondige kennis van GDPR-wetgeving
- Grondige kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van UX design (Customer Experience)
- Grondige kennis van copywriting en wervend schrijven

Competentie 5:

Denkt promotiemiddelen voor de producten uit en volgt de uitwerking ervan op

- Bepaalt de promotiemiddelen voor het product
- Superviseert de uitwerking van de promotiemiddelen door medewerkers, grafisch vormgevers, ...
- Evalueert de uitwerking van promotiemiddelen.
- Optimaliseert waar nodig.

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van commerciële distributiekanaalen, advertising channels (paid, organic,..)

- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van grafisch productieproces
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multimedia-opmaak software
- Kennis van publiciteitstechnieken (keuze van media, dragers, ...)
- Kennis van sociale media
- Kennis van software 3D-modellering
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van webredactie
- Kennis van mediakenmerken
- Grondige kennis van (digitale) marketing (B2B - B2C)
- Grondige kennis van kwaliteitsnormen
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis managementmodellen
- Grondige kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van UX design (Customer Experience)
- Grondige kennis van Marketing automation
- Grondige kennis van Performance marketing
- Grondige kennis van Influencer marketing
- Grondige kennis van copywriting en wervend schrijven
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing

Competentie 6:

Stelt een balans van de marketingacties op en bepaalt optimalisaties

- Analyseert meetbare gegevens (verkoopcijfers, marktaandeel, het realiseren van deadlines, ...)
- Vergelijkt de budgetten die aan marketingacties werden gespendeerd met de gegenereerde opbrengsten
- Bepaalt welke acties ondernomen moeten worden om de resultaten van de marketingacties te verbeteren (promoten van een beperkt aantal producten, concentreren op key accounts, ...)

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van e-procurement (elektronisch beheer van aankopen)
- Kennis van financieel beheer
- Kennis van methodes voor risicoanalyse
- Grondige kennis van kwaliteitsnormen
- Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingbeleid
- Grondige kennis managementmodellen
- Grondige kennis van procesanalyse

Competentie 7:

Voert een personeelsbeheer (aanwerving, opleiding...)

- Bepaalt de nood aan nieuwe medewerkers binnen de marketingafdeling
- Bepaalt de inhoud van functieprofielen
- Beheert de wervings- en selectieactiviteiten van nieuwe medewerkers binnen de marketingafdeling
- Evalueert de prestatie van medewerkers
- Bepaalt verbeterpunten per medewerker
- Evalueert de prestatie van het team
- Optimaliseert de werking van het team

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van managementtechnieken
- Kennis van onthaaltechnieken van nieuwe medewerkers
- Kennis van personeelsbeheer
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van sociale wetgeving
- Kennis van technieken voor het leiden van een team
- Kennis van vergadertechnieken
- Kennis van ICT
- Kennis van zakelijke communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
- Grondige kennis van communicatietechnieken

- Grondige kennis managementmodellen
- Grondige kennis van procesanalyse

Competentie 8:

Bepaalt de productontwikkelingsstrategie samen met de dienst onderzoek en ontwikkeling, de productieafdeling, de commerciële dienst...

- Bespreekt de voorstellen van de productmanager en/of andere departementen
- Geeft op basis van de marketingstrategie input voor productontwikkeling (design, kleur, verpakking, ...)
- Bepaalt de productstrategie.
- Evalueert de uitwerking van de productstrategie.
- Optimaliseert waar nodig.
- Stuurt de processen bij.

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van grondstoffen/producten
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van methodes voor risicoanalyse
- Kennis van productietechnieken
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van vergadertechnieken
- Kennis van wetenschappelijke onderzoeksmethodes
- Kennis van ICT
- Kennis van zakelijke communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Grondige kennis van (digitale) marketing (B2B - B2C)
- Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingbeleid
- Grondige kennis managementmodellen
- Grondige kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van UX design (Customer Experience)

Competentie 9:

Beheert marketingstudies

- Bepaalt welke marketingdoelstellingen omgezet moeten worden naar marktonderzoeksdoelstellingen
- Bepaalt de uitwerking van het onderzoeksproces (welke stappen, wat moet onderzocht worden, zelf onderzoek doen of uitbesteden, ...)
- Controleert onderzoeksrapportage van externen op onvolkomenheden
- Controleert de resultaten van kwalitatief en kwantitatief marktonderzoek verwerken.
- Bespreekt de resultaten met de bedrijfsleiding.
- Bepaalt waar en welke optimalisaties nodig zijn.

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multi-channel marketing
- Kennis van webmarketing
- Kennis van wetenschappelijke onderzoeksmethodes
- Kennis van zakelijke communicatie
- Grondige kennis van (digitale) marketing (B2B - B2C)
- Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van search engine marketing (SEM)
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van SEO en SEA

Competentie 10:

Bepaalt marketingoperaties voor de website

- Laat de webpagina's optimaliseren voor zoekmachines (search engine optimisation)
- Waakt over het gebruik van middelen (sociale media, metatags, ...) om nieuwe bezoekers aan te trekken
- Zorgt dat er duidelijke conversiepaden gebruikt worden om de klant tot actie aan te zetten (gegevens achterlaten, aankopen, ...)
- Analyseert regelmatig de webstatistieken
- Werkt samen met specialisten (intern en/of extern) voor het beheren van de website
- Onderzoekt waar bijsturingen noodzakelijk zijn.
- Bepaalt op basis van de resultaten bijsturingen.

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van commerciële distributiekanaalen, advertising channels (paid, organic,..)
- Kennis van datamining
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over

een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.

- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Google analytics
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van methodes voor risicoanalyse
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multi channel management
- Kennis van multi-channel marketing
- Kennis van sociale media analyse tools
- Kennis van webmarketing
- Kennis van webredactie
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van search engine marketing (SEM)
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van GDPR-wetgeving
- Grondige kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van Marketing automation
- Grondige kennis van Performance marketing
- Grondige kennis van Influencer marketing
- Grondige kennis van content management
- Grondige kennis van SEO en SEA
- Grondige kennis van copywriting en wervend schrijven

Competentie 11:

Bepaalt welke sociale media-toepassingen ingezet worden in professionele processen, naamsbekendheid, employer branding...

- Informeert zich over mogelijke sociale media toepassingen.
- Voert een SWOT-analyse uit.
- Bespreekt de resultaten met de verantwoordelijke van andere departementen.
- Bespreekt de analyses van het gebruik van sociale media van de doelgroep met de verantwoordelijke van andere departementen.
- Bepaalt welke ingezet moeten worden zodat de marketingdoelstelling gerealiseerd kunnen worden
- Volgt de uitwerking op.
- Laat analyses uitvoeren in functie van optimalisatie.
- Optimaliseert waar nodig.

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van commerciële distributiekanaalen, advertising channels (paid, organic,..)
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Google analytics
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multi channel management
- Kennis van multi-channel marketing
- Kennis van publiciteitstechnieken (keuze van media, dragers, ...)
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van sociale media analyse tools
- Kennis van sociale media
- Kennis van webmarketing
- Kennis van mediakenmerken
- Grondige kennis van (digitale) marketing (B2B - B2C)
- Grondige kennis van commerciële technieken
- Grondige kennis van e-commerce
- Grondige kennis van kwaliteitsnormen
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van software voor klantenbeheer (CRM)
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingbeleid
- Grondige kennis van GDPR-wetgeving
- Grondige kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van Marketing automation
- Grondige kennis van Performance marketing
- Grondige kennis van Influencer marketing
- Grondige kennis van copywriting en wervend schrijven

Competentie 12:

Bepaalt strategieën voor fondsenverwerving voor een goed doel of vereniging

- Creëert een draagvlak voor het doel van de fondsenwerving.

- Kiest één of meerdere manieren om aan fondsenwerving te doen (girale giften, collectes, sponsors, persoonlijke werving, telefonische werving, werving via internet, ...).
- Bepaalt de strategieën om giften aan te moedigen (loterij, veilingverkoop, fiscaal voordeel...).
- Bepaalt de campagnes voor fondsenwerving.
- Evalueert de campagnes.
- Optimaliseert de campagnes waar nodig.

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van verkooptechnieken
- Kennis van zakelijke communicatie
- Grondige kennis van commerciële technieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingbeleid
- Grondige kennis van procesanalyse

Competentie 13:

Coördineert de activiteiten van een team

- Stelt een planning op en past ze aan wijzigende omstandigheden aan
- Verdeelt taken en verantwoordelijkheden
- Informeert, begeleidt, stuurt en motiveert (nieuwe) medewerkers
- Controleert de uitvoering van de opdrachten en het naleven van procedures
- Organiseert en leidt teamvergaderingen
- Volgt de administratie op (boekhouding, ...)
- Komt wettelijke en fiscale verplichtingen na
- Beheert de infrastructuur

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.

- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van managementtechnieken
- Kennis van onthaaltechnieken van nieuwe medewerkers
- Kennis van personeelsbeheer
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van technieken voor het leiden van een team
- Kennis van vergadertechnieken
- Kennis van ICT
- Kennis van zakelijke communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Grondige kennis van projectbeheer
- Grondige kennis van communicatietechnieken

Competentie 14:

Ontwikkelt permanent de eigen deskundigheid

- Informeert zich over de ontwikkelingen in de vakgebieden van marketing, sales, productgamma
- Identificeert de behoefte aan verdere ontwikkeling in relatie tot andere vakgebieden
- Volgt nieuwe evoluties op in relatie tot andere vakgebieden
- Verwerft nieuwe kennis en vaardigheden in relatie tot andere vakgebieden
- Blijft op de hoogte van trends en ontwikkelingen
- Deelt verworven kennis met medewerkers en collega's van andere vakgebieden
- Onderzoekt of vernieuwingen bruikbaar zijn binnen het eigen marketingdepartement

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van ICT
- Kennis van zakelijke communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van rapporteringstechnieken

- Kennis van het belang van de integratie tussen het sales- en marketingdepartement
- Kennis van het belang van de integratie tussen het sales- en marketingdepartement
- Grondige kennis van (digitale) marketing (B2B - B2C)
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingbeleid
- Grondige kennis van geomarketing

2.2 BESCHRIJVING COMPETENTIES ADHV DE DESCRIPTORELEMENTEN

Kennis

- Kennis van branding
- Kennis van budgetbeheer
- Kennis van commerciële distributiekkanalen, advertising channels (paid, organic,..)
- Kennis van community management
- Kennis van datamining
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Duits: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van econometrie
- Kennis van Engels: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van e-procurement (elektronisch beheer van aankopen)
- Kennis van financieel beheer
- Kennis van Frans: beschikt over een grote actieve woordenschat die toelaat om in hoge mate zelfstandig mondelinge en schriftelijke teksten te begrijpen en te produceren over een breed scala van concrete en abstracte onderwerpen die samenhangen met zijn of haar vakgebied.
- Kennis van Google analytics
- Kennis van grafisch productieproces
- Kennis van grondstoffen/producten
- Kennis van handelsrecht
- Kennis van informatierecht
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van intellectueel eigendomsrecht
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van managementtechnieken
- Kennis van methodes voor risicoanalyse
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multi channel management
- Kennis van multi-channel marketing
- Kennis van multimedia-opmaak software
- Kennis van onthaaltechnieken van nieuwe medewerkers
- Kennis van personeelsbeheer

- Kennis van planningstechnieken
 - Kennis van principes voor het opstellen van een actieplan
 - Kennis van productietechnieken
 - Kennis van productpresentatie en merchandising
 - Kennis van publiciteitstechnieken (keuze van media, dragers, ...)
 - Kennis van regelgeving e-commerce
 - Kennis van sociale media analyse tools
 - Kennis van sociale media
 - Kennis van sociale wetgeving
 - Kennis van sociologie (consumentengedrag, groepsgedrag...)
 - Kennis van software 3D-modellering
 - Kennis van software voor databankbeheer
 - Kennis van technieken voor het leiden van een team
 - Kennis van technieken voor merchandising
 - Kennis van typologie van klanten of consumenten
 - Kennis van vergadertechnieken
 - Kennis van verkooptechnieken
 - Kennis van webmarketing
 - Kennis van webredactie
 - Kennis van wetenschappelijke onderzoeksmethodes
 - Kennis van mediakenmerken
 - Kennis van ICT
 - Kennis van zakelijke communicatie
 - Kennis van kantoorsoftware
 - Kennis van redactionele normen
 - Kennis van rapporteringstechnieken
 - Kennis van het belang van de integratie tussen het sales- en marketingdepartement
 - Kennis van het belang van de integratie tussen het sales- en marketingdepartement
-
- Grondige kennis van (digitale) marketing (B2B - B2C)
 - Grondige kennis van commerciële technieken
 - Grondige kennis van e-commerce
 - Grondige kennis van kwaliteitsnormen
 - Grondige kennis van methodes voor probleemoplossing
 - Grondige kennis van milieuwetgeving
 - Grondige kennis van online marketing
 - Grondige kennis van projectbeheer
 - Grondige kennis van search engine marketing (SEM)
 - Grondige kennis van sociale media marketing
 - Grondige kennis van software voor klantenbeheer (CRM)
 - Grondige kennis van statistische analyse
 - Grondige kennis van statistische software
 - Grondige kennis van veiligheidswetgeving
 - Grondige kennis van communicatietechnieken
 - Grondige kennis van marketingtechnieken
 - Grondige kennis van marketingprincipes
 - Grondige kennis van marketingbeleid
 - Grondige kennis van geomarketing
 - Grondige kennis managementmodellen
 - Grondige kennis van GDPR-wetgeving

- Grondige kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van UX design (Customer Experience)
- Grondige kennis van Marketing automation
- Grondige kennis van Performance marketing
- Grondige kennis van Influencer marketing
- Grondige kennis van content management
- Grondige kennis van SEO en SEA
- Grondige kennis van copywriting en wervend schrijven
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing

Cognitieve vaardigheden

- Integreert de marketingstrategie in de globale strategie van de organisatie
- Analyseert bedrijfsinterne factoren (product, prijs, promotie, plaats, personeel, ...)
- Analyseert bedrijfsexterne factoren (kenmerken en behoeften van de doelgroep, aantal en soort leveranciers, concurrentie, marktpositie, wetgeving, economische, sociale, technologische, politieke evoluties,...)
- Bepaalt de factoren die bijzondere aandacht moeten krijgen bij het opstellen van de marketingstrategie
- Onderzoekt welke innovaties mogelijk zijn
- Bepaalt welke innovaties noodzakelijk zijn
- Bepaalt de doelstellingen van de marketingstrategie (imago, uitstraling, bereikbaarheid, distributie, garantie, service, functie van de prijs, omzet, naamsbekendheid, klanten bereiken, koppeling aan uitstraling bedrijf, ...)
- Denkt de marketingstrategie uit volgens de doelstellingen (optimale marketing mix)
- Bepaalt per onderdeel van de marketingstrategie meetbare doelstellingen (verkoopcijfers, marktaandeel, deadlines, ...)
- Bepaalt de prioriteiten.
- Bepaalt de marketingtools (prijsstrategie, productvernieuwing, promotiecampagne, distributiekanaal, ...) voor elk onderdeel van het marketingplan
- Volgt de uitvoering van het marketingplan door de verschillende departementen op.
- Bestudeert boekhoudkundige gegevens.
- Bepaalt de financiële ruimte voor uitgaven of besparingen.
- Bepaalt de verdeling van de budgetten over de verschillende producten.
- Neemt maatregelen bij overschrijding van het budget.
- Bespreekt met de bedrijfsleiding een noodzakelijke budgetverhoging i.f.v. innovaties.
- Bespreekt het budgetbeheer met bedrijfsleiding.
- Bepaalt de basisideeën uit voor de promotiecampagne.
- Coördineert de samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, reclamebureaus, ... voor het uitwerken van de promotiecampagne.
- Toetst de reclamecampagne aan het marketingplan.
- Stuurt de processen bij.
- Bepaalt de promotiemiddelen voor het product
- Superviseert de uitwerking van de promotiemiddelen door medewerkers, grafisch vormgevers, ...
- Analyseert meetbare gegevens (verkoopcijfers, marktaandeel, het realiseren van deadlines, ...)
- Vergelijkt de budgetten die aan marketingacties werden gespendeerd met de gegenereerde opbrengsten

- Bepaalt de nood aan nieuwe medewerkers binnen de marketingafdeling
- Bepaalt de inhoud van functieprofielen
- Beheert de wervings- en selectieactiviteiten van nieuwe medewerkers binnen de marketingafdeling
- Bespreekt de voorstellen van de productmanager en/of andere departementen
- Geeft op basis van de marketingstrategie input voor productontwikkeling (design, kleur, verpakking, ...)
- Bepaalt de productstrategie.
- Bepaalt welke marketingdoelstellingen omgezet moeten worden naar marktonderzoeksdoelstellingen
- Bepaalt de uitwerking van het onderzoeksproces (welke stappen, wat moet onderzocht worden, zelf onderzoek doen of uitbesteden, ...)
- Controleert onderzoeksrapportage van externen op onvolkomenheden
- Controleert de resultaten van kwalitatief en kwantitatief marktonderzoek verwerken.
- Bespreekt de resultaten met de bedrijfsleiding.
- Laat de webpagina's optimaliseren voor zoekmachines (search engine optimisation)
- Waakt over het gebruik van middelen (sociale media, metatags, ...) om nieuwe bezoekers aan te trekken
- Zorgt dat er duidelijke conversiepaden gebruikt worden om de klant tot actie aan te zetten (gegevens achterlaten, aankopen, ...)
- Analyseert regelmatig de webstatistieken
- Werkt samen met specialisten (intern en/of extern) voor het beheren van de website
- Onderzoekt waar bijstellingen noodzakelijk zijn.
- Bepaalt op basis van de resultaten bijstellingen.
- Informeert zich over mogelijke sociale media toepassingen.
- Voert een SWOT-analyse uit.
- Bespreekt de resultaten met de verantwoordelijke van andere departementen.
- Bespreekt de analyses van het gebruik van sociale media van de doelgroep met de verantwoordelijke van andere departementen.
- Bepaalt welke ingezet moeten worden zodat de marketingdoelstelling gerealiseerd kunnen worden
- Volgt de uitwerking op.
- Optimaliseert waar nodig.
- Creëert een draagvlak voor het doel van de fondsenwerving.
- Kiest één of meerdere manieren om aan fondsenwerving te doen (girale giften, collectes, sponsors, persoonlijke werving, telefonische werving, werving via internet, ...).
- Bepaalt de strategieën om giften aan te moedigen (loterij, veilingverkoop, fiscaal voordeel...).
- Bepaalt de campagnes voor fondsenwerving.
- Stelt een planning op en past ze aan wijzigende omstandigheden aan
- Verdeelt taken en verantwoordelijkheden
- Informeert, begeleidt, stuurt en motiveert (nieuwe) medewerkers
- Controleert de uitvoering van de opdrachten en het naleven van procedures
- Organiseert en leidt teamvergaderingen
- Volgt de administratie op (boekhouding, ...)
- Komt wettelijke en fiscale verplichtingen na
- Beheert de infrastructuur
- Informeert zich over de ontwikkelingen in de vakgebieden van marketing, sales, productgamma
- Identificeert de behoefte aan verdere ontwikkeling in relatie tot andere vakgebieden
- Volgt nieuwe evoluties op in relatie tot andere vakgebieden

- Verwerft nieuwe kennis en vaardigheden in relatie tot andere vakgebieden
- Blijft op de hoogte van trends en ontwikkelingen
- Deelt verworven kennis met medewerkers en collega's van andere vakgebieden
- Onderzoekt of vernieuwingen bruikbaar zijn binnen het eigen marketingdepartement

Probleemoplossende vaardigheden

- Evalueert de uitvoering van het marketingplan door de verschillende departementen.
- Optimaliseert waar nodig.
- Stuurt de processen bij.
- Evalueert uitwerking van de promotiecampagne.
- Evalueert de uitwerking van promotiemiddelen.
- Bepaalt welke acties ondernomen moeten worden om de resultaten van de marketingacties te verbeteren (promoten van een beperkt aantal producten, concentreren op key accounts, ...)
- Evalueert de prestatie van medewerkers
- Bepaalt verbeterpunten per medewerker
- Evalueert de prestatie van het team
- Optimaliseert de werking van het team
- Evalueert de uitwerking van de productstrategie.
- Bepaalt waar en welke optimalisaties nodig zijn.
- Laat analyses uitvoeren in functie van optimalisatie.
- Evalueert de campagnes.
- Optimaliseert de campagnes waar nodig.

Motorische vaardigheden

- –

Omgevingscontext

- Dit beroep wordt hoofdzakelijk uitgeoefend in een kantooromgeving
- De uitvoering van dit beroep vraagt afstemming met de betrokken afdelingen in functie van een optimaal product en proces.
- Het wordt overwegend uitgeoefend in een dag-systeem
- Dit beroep wordt eerder in een abstracte, conceptuele, wisselende context uitgeoefend.
- Tijdens de uitwerking van de marketingstrategie komt de marketingmanager geregeld in nieuwe (internationale) contexten
- De werkcontext is weinig gestructureerd met een zekere tijdsdruk
- Binnen dit beroep is het werken in team en een doeltreffende communicatie essentieel.
- Voor een goede uitvoering van het beroep is multidisciplinair werken en overleg noodzakelijk
- In sommige gevallen is bedrijfsoverstijgende samenwerking wenselijk
- Werken met de nodige flexibiliteit (ook wat de werktijden betreft) en polyvalentie is vereist
- De uitoefening van het beroep vraagt leergierigheid, creativiteit en diplomatie
- De beroepsuitoefening is gebonden aan normen en reglementering inzake veiligheid, gezondheid, hygiëne, welzijn, milieu en vestiging

- De uitoefening van het beroep vereist het nemen van beslissingen binnen de eigen departement.
- Voor de uitoefening van het beroep is flexibiliteit noodzakelijk zodat procedures kunnen aangepast worden naargelang de situatie.
- De beroepsbeoefenaar werkt departement overstijgend (sales, marketing, R&D, productie...).

Handelingscontext

- Communiceert efficiënt en effectief met het team, andere afdelingen/organisaties, klanten, leveranciers,...
- Heeft permanente aandacht voor de kwaliteit tijdens de uitvoering van de marketingstrategie
- Ziet toe op het respecteren van de tijdsschema's voor de realisatie van de projecten
- Voert regelmatig overleg met collega's en partners
- Binnen dit beroep is stressbestendigheid noodzakelijk
- Bouwt netwerken uit en onderhoudt deze
- Werkt doelgericht met de focus op innovatie
- Houdt steeds rekening met de verwachtingen van de klant, nieuwe opportuniteiten, trends en ontwikkelingen van de afzetmarkten
- Werk in teamverband, multidisciplinair en afdelings- en soms bedrijfs overstijgend
- Houdt rekening met veiligheidsvoorschriften
- Werkt veilig, economisch en ecologisch
- De uitoefening van het beroep vergt doorgedreven (digitale) marketing inzicht, kennis en vaardigheden.
- Is zich bewust van de impact van zijn handelingen op het succes van het bedrijf
- De marketingmanager moet kwaliteitsvolle diensten leveren en zorgvuldig en nauwkeurig kunnen werken.
- De beroepsbeoefenaar bepaalt autonoom de planning van zijn taken rekening houdend met deadlines, en middelen en de verschillende departementen
- De marketingmanager moet constructief, stressbestendig en flexibel omgaan met wisselende contexten, eisen, omstandigheden, vereisten, gebeurtenissen, ...
- De beroepsuitoefenaar neemt binnen zijn takenpakket initiatief om de marketing- en commerciële doelstellingen van de organisatie te helpen realiseren. Hij/zij houdt rekening met de opportuniteiten en risico's voor de organisatie.
- De beroepsuitoefenaar moet kritisch, analytisch en oplossingsgericht handelen
- De beroepsuitoefenaar moet assertief en proactief kunnen optreden

Autonomie

Is zelfstandig in

- Het bepalen van de marketingstrategie van de onderneming op basis van marktonderzoek.
- Het opstellen en het opvolgen van de uitwerking van het marketingplan.
- Het bepalen van het marketingbudget en het opvolgen van de uitwerking voor alle producten van de onderneming.
- Het uitdenken van de promotiecampagne van de producten en het opvolgen van de uitwerking ervan op.
- Het uitdenken van promotiemiddelen voor de producten en het opvolgen van de uitwerking ervan.

- Het opstellen van een balans van de marketingacties en het bepalen van optimalisaties.
- Het voeren van een personeelsbeheer (aanwerving, opleiding...)
- Het bepalen van de productontwikkelingsstrategie samen met de dienst onderzoek en ontwikkeling, de productieafdeling, de commerciële dienst...
- Het beheren van marketingstudies.
- Het bepalen van marketingoperaties voor de website.
- Het bepalen van welke sociale media-toepassingen ingezet worden in professionele processen, naamsbekendheid, employer branding...
- Het bepalen van strategieën voor fondsenverwerving voor een goed doel of vereniging.
- Het coördineren van de activiteiten van een team.
- Het permanent ontwikkelen van de eigen deskundigheid.

Is gebonden aan

- de bedrijfstrategie en- cultuur
- contractuele overeenkomsten
- veiligheids-, hygiëne-, gezondheids- en milieureglementering
- beschikbaar budget

Doet beroep op

- zijn team voor ondersteuning bij het uitvoeren de marketingstrategie
- andere organisaties voor taken die buiten de mogelijkheden van de organisatie liggen bij het uitvoeren van de marketingstrategie
- bedrijfsleiding voor het bekomen van financiële middelen voor de uitvoering van de marketingstrategie
- andere afdelingen/departementen voor inwinnen van informatie

Verantwoordelijkheid

- Bepaalt de marketingstrategie van de onderneming op basis van marktonderzoek
- Stelt het marketingplan op en volgt de uitvoering ervan op
- Bepaalt het marketingbudget en volgt de uitwerking voor alle producten van de onderneming op
- Denkt de promotiecampagne van de producten uit en volgt de uitwerking ervan op
- Denkt promotiemiddelen voor de producten uit en volgt de uitwerking ervan op
- Stelt een balans van de marketingacties op en bepaalt optimalisaties
- Voert een personeelsbeheer (aanwerving, opleiding...)
- Bepaalt de productontwikkelingsstrategie samen met de dienst onderzoek en ontwikkeling, de productieafdeling, de commerciële dienst...
- Beheert marketingstudies
- Bepaalt marketingoperaties voor de website
- Bepaalt welke sociale media-toepassingen ingezet worden in professionele processen, naamsbekendheid, employer branding...
- Bepaalt strategieën voor fondsenverwerving voor een goed doel of vereniging
- Coördineert de activiteiten van een team
- Ontwikkelt permanent de eigen deskundigheid

2.3 ATTESTEN EN VOORWAARDEN

Wettelijke attesten en voorwaarden

Er zijn geen wettelijke attesten of voorwaarden vereist.