

BEROEPSKWALIFICATIE

Marketing deskundige

////////////////////////////////////
BK-0324-3

1. Globaal

1.1 TITEL

Marketing deskundige

Deze benaming komt voor in de Competent fiche "M170501 Marketing"

1.2 DEFINITIE

Het uitdenken, realiseren, coördineren, opvolgen, evalueren van marketingprojecten en -acties rekening houdend met de geldende regelgeving en het marketingbeleid van de organisatie teneinde het marketingplan te realiseren.

1.3 NIVEAU (VKS EN EQF)

5

1.4 JAAR VAN ERKENNING

versie 3, 2020

2. Competenties

2.1 OPSOMMING COMPETENTIES

Competentie 1:

Werkt ondersteunend en loyaal t.a.v. de afdeling/organisatie

- Digitaliseert, verwerkt en controleert documenten, data en informatie

- Communiceert helder, duidelijk en op een zakelijke manier
- Gebruikt instrumenten voor de opvolging van de activiteit van de organisatie/afdeling en maakt en werkt situatieoverzichten bij
- Handelt op een zakelijke manier
- Organiseert vergaderingen en stelt verslagen op
- Respecteert de bedrijfscultuur, procedures en regels
- Gaat confidentieel om met bedrijfsgerelateerde informatie
- Organiseert de werkplek veilig, ordelijk en milieubewust

Met inbegrip van kennis:

- Basiskennis ergonomische technieken
- Kennis van ICT
- Kennis van bedrijfsadministratie
- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van regels voor het onthaal
- Kennis van agendabeheer
- Kennis van technieken om nota te nemen
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van rapporteringstechnieken

Competentie 2:

Werkt oplossingsgericht

- Inventariseert problemen (databanken, eigen administratie,...)
- Analyseert de aard van de problemen
- Merkt problemen op en signaleert ze aan de leidinggevende
- Werkt een passende oplossing uit voor problemen binnen het eigen takenpakket
- Zoekt naar oplossingen om problemen te voorkomen binnen het eigen takenpakket

Met inbegrip van kennis:

- Basiskennis ergonomische technieken
- Kennis van ICT
- Kennis van bedrijfsadministratie
- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen,

een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.

- Kennis van technieken om nota te nemen
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van rapporteringstechnieken

Competentie 3:

Werkt doelgroepgericht

- Gaat integer en respectvol om met klanten/collega's
- Zorg voor een goede overlegsituatie met de klant/collega's
- Wekt geen onrealiseerbare verwachtingen
- Richt de aandacht op de wensen en de belangen van de klanten en op de samenwerking met collega's
- Probeert zich in de wensen en problemen van de klant/collega in te leven
- Gaat authentiek om met bezwaren, weerstand en klachten

Met inbegrip van kennis:

- Basiskennis ergonomische technieken
- Kennis van ICT
- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van regels voor het onthaal
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van redactionele normen

Competentie 4:

Ontwikkelt permanent de eigen deskundigheid

- Informeert zich over de ontwikkelingen in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Identificeert de behoefte aan verdere ontwikkeling in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Volgt nieuwe evoluties op in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Verwerft nieuwe kennis en vaardigheden in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Deelt kennis met collega's

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van ICT

- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van technieken om nota te nemen
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van rapporteringstechnieken

Competentie 5:

Ondersteunt de uitvoering van de marketingstrategie van de onderneming op basis van marktonderzoek

- Analyseert bedrijfsinterne factoren (product, prijs, promotie, plaats, personeel, ...)
- Analyseert bedrijfsexterne factoren (kenmerken en behoeften van de doelgroep, aantal en soort leveranciers en klanten, concurrentie, marktpositie, markttrends, media, maatschappelijke evoluties, wetgeving, ...)
- Raadpleegt gespecialiseerde media en andere (externe) bronnen
- Waakt over de samenhang om een coherent geheel te bekomen
- Vergelijkt data met eerder gerealiseerde analyses
- Treft voorbereidingen om de data in te passen in marketingmodellen
- Formuleert voorstellen voor de doelstellingen van de marketingstrategie (imago, uitstraling, bereikbaarheid, distributie, garantie, service, functie van de prijs, omzet, naamsbekendheid, klanten bereiken, koppeling aan uitstraling bedrijf, ...)
- Rapporteert resultaten aan de verantwoordelijke

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van statistische analyse
- Kennis van ICT
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van commerciële distributiekanaalen
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van productpresentatie en merchandising
- Kennis van technieken om nota te nemen
- Kennis van technieken voor merchandising
- Kennis van handelsrecht

- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van sociale wetgeving
- Kennis van reglementering van elektronische handel
- Kennis van sociale media en hun functie
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van strategische marketingplanning
- Kennis van onderzoekstechnieken
- Kennis van rapporteringstechnieken
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

Competentie 6:

Helpt het marketingactieplan opstellen

- Doet voorstellen van meetbare doelstellingen (verkoopcijfers, marktaandeel, deadlines, ...) per onderdeel van de marketingstrategie
- Stelt marketingtools voor (prijsstrategie, productvernieuwing, promotiecampagne, distributiekanaal, ...) voor elk onderdeel van het marketingactieplan
- Geeft input op basis van de eigen bevindingen
- Stelt tussentijdse rapporten op
- Volgt evoluties, trends,... op
- Bewaakt marktsegmenten
- Rapporteert aan de verantwoordelijke

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van ICT
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van commerciële distributiekanaal
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van productpresentatie en merchandising
- Kennis van technieken voor merchandising
- Kennis van handelsrecht
- Kennis van sociale wetgeving
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van reglementering van elektronische handel
- Kennis van sociale media en hun functie
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van strategische marketingplanning
- Kennis van rapporteringstechnieken
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Kennis van nieuwe mediakanalen
- Grondige kennis van marketingtechnieken

- Grondige kennis van marketingprincipes

Competentie 7:

Denkt promotiecampagnes voor de producten en diensten uit en coördineert deze

- Werkt ideeën uit voor de promotiecampagnes
- Bespreekt de voorstellen met de verantwoordelijke
- Coördineert de samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, reclamebureaus, ... voor het uitwerken van de promotiecampagnes
- Toetst de promotiecampagnes aan het marketingplan

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van commerciële distributiekanaalen
- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van productpresentatie en merchandising
- Kennis van technieken voor merchandising
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van sociale media en hun functie
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Kennis van nieuwe mediakanalen
- Kennis van presentatietechnieken
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

Competentie 8:

Implementeert promotiemiddelen voor de producten en/of diensten en coördineert de uitwerking ervan

- Analyseert de verschillende mogelijkheden
- Selecteert de geschikte promotiemiddelen voor het product en/of dienst
- Formuleert voorstellen
- Bespreekt de voorstellen met de verantwoordelijke
- Gebruikt marketingbudgetten om acties uit te werken
- Coördineert de uitwerking van de promotiemiddelen door medewerkers, grafisch vormgevers, ...
- Volgt de uitwerking op

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van ICT
- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van commerciële distributiekanaalen
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.

- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van administratief beheer
- Kennis van agendabeheer
- Kennis van productpresentatie en merchandising
- Kennis van technieken om nota te nemen
- Kennis van dossierbeheer
- Kennis van technieken voor merchandising
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van registratietechnieken
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

Competentie 9:

Realiseert en coördineert marketingprojecten via direct marketing rekening houdend met de marketingstrategie van de organisatie

- Bepaalt in overleg met de leidinggevende de doelstellingen, de doelgroep en het kanalen voor het project
- Houdt rekening met de opgelegde criteria bij het verwerven van het databestand
- Bepaalt in overleg met de leidinggevende de leverancier van de data
- Stemt af met de juridische dienst over het project
- Coördineert de samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, communicatiebureau en/of callcenter, externe organisatie, ... voor het uitwerken van de selectie van de te contacteren doelgroep
- Coördineert de interactie tussen de leidinggevende en communicatiebureau en/of callcenter,...
- Volgt het project permanent op

Met inbegrip van kennis:

- Basiskennis van managementtechnieken
- Kennis van ICT
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van commerciële distributiekkanalen
- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken

- Kennis van reglementering van elektronische handel
- Kennis van sociale media en hun functie
- Kennis van strategische marketingplanning
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Kennis van nieuwe mediakanalen
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

Competentie 10:

Realiseert en coördineert evenementen

- Bepaalt in overleg met de leidinggevende het event/project, de doelstellingen, de doelgroep van het project en het kanaal van de campagne
- Informeert het communicatie- of event/mediabureau,... over de wensen en verwachtingen
- Stemt, indien nodig, af met de juridische dienst over het project
- Vraagt, indien nodig, offertes aan bij de eventorganisator, event- of communicatiebureau en externe ondersteunende partijen
- Coördineert de (onderlinge) samenwerking met de medewerkers, andere afdelingen, het communicatie- of eventbureau,...
- Verzorgt een goede afstemming tussen de verschillende externe partijen
- Volgt het project permanent op

Met inbegrip van kennis:

- Basiskennis van managementtechnieken
- Kennis van ICT
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van regels voor het onthaal
- Kennis van productpresentatie en merchandising
- Kennis van technieken voor merchandising
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van handelsrecht
- Kennis van sociale wetgeving
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Kennis van auteursrechten
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

Competentie 11:

Stelt een balans van de marketingacties op en doet verbetervoorstellen

- Analyseert meetbare gegevens (verkoopcijfers, marktaandeel, het realiseren van deadlines, ...)
- Evalueert de effectiviteit en efficiëntie van het project/event
- Vergelijkt de budgetten die aan marketingacties werden gespendeerd met de gegenereerde opbrengsten

- Doet voorstellen om de resultaten van de marketingacties te verbeteren (promoten van een beperkt aantal producten, concentreren op key accounts, ...)

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van ICT
- Kennis van statistische analyse
- Kennis van technieken om nota te nemen
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van rapporteringstechnieken
- Kennis van onderzoekstechnieken
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

Competentie 12:

Biedt (technische) ondersteuning aan commerciële medewerkers

- Helpt het salesplan te realiseren
- Zoekt passende oplossingen voor de verkoop van producten en diensten in functie van het optimaliseren van de tevredenheid en rendabiliteit
- Organiseert producttrainingen/opleidingen voor de sales
- Gebruikt audiovisuele hulpmiddelen en ander didactisch materiaal
- Voorziet de sales van (technische) documenten over het product
- Ondersteunt en adviseert de sales (CRM, generen leads, ...)
- Coördineert de verkoop via sales centra

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van ICT
- Kennis van bedrijfsadministratie
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van commerciële distributiekanaalen
- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Kennis van presentatietechnieken
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

Competentie 13:

Coördineert marketingoperaties van een website

- Optimaliseert de webpagina's voor zoekmachines (search engine optimisation)
- Maakt o.a. gebruik van social media om nieuwe bezoekers aan te trekken
- Creëert duidelijke conversiepaden 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

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van ICT
- Kennis van commerciële distributiekkanalen
- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van productpresentatie en merchandising
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van reglementering van elektronische handel
- Kennis van sociale media en hun functie
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Kennis van nieuwe mediakanalen
- Kennis van presentatietechnieken
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

Competentie 14:

Zet sociale media-toepassingen in in professionele processen

- Analyseert het gebruik van sociale media
- Volgt evoluties op
- Gebruikt sociale media(toepassingen) om marketingdoelstellingen te realiseren
- Formuleert voorstellen voor optimalisering

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van ICT
- Kennis van statistische analyse
- Kennis van commerciële distributiekkanalen
- Kennis van sociale wetgeving
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van reglementering van elektronische handel
- Kennis van sociale media en hun functie
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Kennis van nieuwe mediakanalen
- Kennis van auteursrechten
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

Competentie 15:

Zoekt en coördineert sponsoringactiviteiten

- Analyseert de mogelijkheden voor sponsoring (goed doel, vereniging,...)
- Selecteert geschikte sponsorvormen
- Werkt ideeën uit voor de sponsoring
- Bespreekt de voorstellen met de verantwoordelijke
- Coördineert de samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, reclamebureaus, ... voor het uitwerken van de sponsoring

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van bedrijfsadministratie
- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van commerciële distributiekkanalen
- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van administratief beheer
- Kennis van handelsrecht
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Kennis van auteursrechten
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

2.2 BESCHRIJVING COMPETENTIES ADHV DE DESCRIPTORELEMENTEN

Kennis

Algemene kennis

- Basiskennis ergonomische technieken
- Kennis van ICT
- Kennis van bedrijfsadministratie
- Kennis van Engels: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van Frans: standaardteksten over marketing thema's begrijpen, gesprekken over marketing thema's kunnen voeren, een tekst over marketing thema's kunnen opstellen, een beschrijving kunnen geven van ervaringen en gebeurtenissen die optreden op het werk.
- Kennis van regels voor het onthaal
- Kennis van agendabeheer

- Kennis van technieken om nota te nemen
- Kennis van dossierbeheer
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van communicatietechnieken
- Kennis van registratietechnieken
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van rapporteringstechnieken

Specifieke kennis

- Basiskennis van managementtechnieken
- Kennis van statistische analyse
- Kennis van typologie van klanten of consumenten
- Kennis van commerciële distributiekanaalen
- Kennis van commerciële technieken
- Kennis van planningstechnieken
- Kennis van administratief beheer
- Kennis van productpresentatie en merchandising
- Kennis van technieken voor merchandising
- Kennis van handelsrecht
- Kennis van sociale wetgeving
- Kennis van reglementering van elektronische handel
- Kennis van sociale media en hun functie
- Kennis van strategische marketingplanning
- Kennis van onderzoekstechnieken
- Kennis van (communicatie)marketing tools
- Kennis van nieuwe mediakanalen
- Kennis van presentatietechnieken
- Kennis van auteursrechten
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes

Cognitieve vaardigheden

- Digitaliseert, verwerkt en controleert documenten, data en informatie
- Communiceert helder, duidelijk en op een zakelijke manier
- Gebruikt instrumenten voor de opvolging van de activiteit van de organisatie/afdeling en maakt en werkt situatieoverzichten bij
- Handelt op een zakelijke manier
- Organiseert vergaderingen en stelt verslagen op
- Respecteert de bedrijfscultuur, procedures en regels
- Gaat confidentieel om met bedrijfsgerelateerde informatie
- Organiseert de werkplek veilig, ordelijk en milieubewust
- Gaat integer en respectvol om met klanten/collega's
- Zorg voor een goede overlegsituatie met de klant/collega's
- Wekt geen onrealiseerbare verwachtingen

- Richt de aandacht op de wensen en de belangen van de klanten en op de samenwerking met collega's
- Probeert zich in de wensen en problemen van de klant/collega in te leven
- Gaat authentiek om met bezwaren, weerstand en klachten
- Informeert zich over de ontwikkelingen in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Identificeert de behoefte aan verdere ontwikkeling in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Volgt nieuwe evoluties op in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Verwerft nieuwe kennis en vaardigheden in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Deelt kennis met collega's
- Analyseert bedrijfsinterne factoren (product, prijs, promotie, plaats, personeel, ...)
- Analyseert bedrijfsexterne factoren (kenmerken en behoeften van de doelgroep, aantal en soort leveranciers en klanten, concurrentie, marktpositie, markttrends, media, maatschappelijke evoluties, wetgeving, ...)
- Raadpleegt gespecialiseerde media en andere (externe) bronnen
- Waakt over de samenhang om een coherent geheel te bekomen
- Vergelijkt data met eerder gerealiseerde analyses
- Treft voorbereidingen om de data in te passen in marketingmodellen
- Formuleert voorstellen voor de doelstellingen van de marketingstrategie (imago, uitstraling, bereikbaarheid, distributie, garantie, service, functie van de prijs, omzet, naamsbekendheid, klanten bereiken, koppeling aan uitstraling bedrijf, ...)
- Rapporteert resultaten aan de verantwoordelijke
- Doet voorstellen van meetbare doelstellingen (verkoopcijfers, marktaandeel, deadlines, ...) per onderdeel van de marketingstrategie
- Stelt marketingtools voor (prijsstrategie, productvernieuwing, promotiecampagne, distributiekkanalen, ...) voor elk onderdeel van het marketingactieplan
- Geeft input op basis van de eigen bevindingen
- Stelt tussentijdse rapporten op
- Volgt evoluties, trends,... op
- Bewaakt marktsegmenten
- Rapporteert aan de verantwoordelijke
- Werkt ideeën uit voor de promotiecampagnes
- Bespreekt de voorstellen met de verantwoordelijke
- Coördineert de samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, reclamebureaus, ... voor het uitwerken van de promotiecampagnes
- Toetst de promotiecampagnes aan het marketingplan
- Analyseert de verschillende mogelijkheden
- Selecteert de geschikte promotiemiddelen voor het product en/of dienst
- Formuleert voorstellen
- Bespreekt de voorstellen met de verantwoordelijke
- Gebruikt marketingbudgetten om acties uit te werken
- Coördineert de uitwerking van de promotiemiddelen door medewerkers, grafisch vormgevers, ...
- Volgt de uitwerking op
- Bepaalt in overleg met de leidinggevende de doelstellingen, de doelgroep en het kanalen voor het project
- Houdt rekening met de opgelegde criteria bij het verwerven van het databestand
- Bepaalt in overleg met de leidinggevende de leverancier van de data
- Stemt af met de juridische dienst over het project

- Coördineert de samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, communicatiebureau en/of callcenter, externe organisatie, ... voor het uitwerken van de selectie van de te contacteren doelgroep
- Coördineert de interactie tussen de leidinggevende en communicatiebureau en/of callcenter,...
- Volgt het project permanent op
- Bepaalt in overleg met de leidinggevende het event/project, de doelstellingen, de doelgroep van het project en het kanaal van de campagne
- Informeert het communicatie- of event/mediabureau,... over de wensen en verwachtingen
- Stemt, indien nodig, af met de juridische dienst over het project
- Vraagt, indien nodig, offertes aan bij de eventorganisator, event- of communicatiebureau en externe ondersteunende partijen
- Coördineert de (onderlinge) samenwerking met de medewerkers, andere afdelingen, het communicatie- of eventbureau,...
- Verzorgt een goede afstemming tussen de verschillende externe partijen
- Volgt het project permanent op
- Helpt het salesplan te realiseren
- Zoekt passende oplossingen voor de verkoop van producten en diensten in functie van het optimaliseren van de tevredenheid en rendabiliteit
- Organiseert producttrainingen/opleidingen voor de sales
- Gebruikt audiovisuele hulpmiddelen en ander didactisch materiaal
- Voorziet de sales van (technische) documenten over het product
- Ondersteunt en adviseert de sales (CRM, generen leads, ...)
- Coördineert de verkoop via sales centra
- Maakt o.a. gebruik van social media om nieuwe bezoekers aan te trekken
- Creëert duidelijke conversiepaden 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
- Analyseert het gebruik van sociale media
- Volgt evoluties op
- Gebruikt sociale media(toepassingen) om marketingdoelstellingen te realiseren
- Analyseert de mogelijkheden voor sponsoring (goed doel, vereniging,...)
- Selecteert geschikte sponsorvormen
- Werkt ideeën uit voor de sponsoring
- Bespreekt de voorstellen met de verantwoordelijke
- Coördineert de samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, reclamebureaus, ... voor het uitwerken van de sponsoring

Probleemoplossende vaardigheden

- Inventariseert problemen (databanken, eigen administratie,...)
- Analyseert de aard van de problemen
- Merkt problemen op en signaleert ze aan de leidinggevende
- Werkt een passende oplossing uit voor problemen binnen het eigen takenpakket
- Zoekt naar oplossingen om problemen te voorkomen binnen het eigen takenpakket
- Analyseert meetbare gegevens (verkoopcijfers, marktaandeel, het realiseren van deadlines, ...)
- Evalueert de effectiviteit en efficiëntie van het project/event

- Vergelijkt de budgetten die aan marketingacties werden gependeed met de gegenereerde opbrengsten
- Doet voorstellen om de resultaten van de marketingacties te verbeteren (promoten van een beperkt aantal producten, concentreren op key accounts, ...)
- Optimaliseert de webpagina's voor zoekmachines (search engine optimisation)
- Formuleert voorstellen voor optimalisering

Motorische vaardigheden

Omgevingscontext

- Dit beroep wordt meestal uitgeoefend in een kantooromgeving en soms op verplaatsing
- De beroepsuitoefening varieert naargelang de grootte van het bedrijf en volgens de bedrijfsactiviteiten.
- De bedrijfsprocedures en -cultuur bepaalt de werkcontext waarnaar de beroepsbeoefenaar zich moet schikken.
- Het wordt meestal uitgeoefend in een dag-systeem en soms in het weekend of 's avonds
- De werkdruk kan variëren en pieken bereiken naargelang de noden van en de situatie in het bedrijf.
- Het takenpakket is vrij gevarieerd
- Voor enkele taken zijn procedures uitgetekend.
- Het beheren van marketingprojecten vergt flexibiliteit en kan zorgen voor afwijkende procedures
- De beroepsbeoefenaar moet prioriteiten stellen binnen het eigen takenpakket en, indien nodig, doorgeven.
- De vaardigheden zijn onderhevig aan evoluties.
- Binnen dit beroep is een goede communicatie belangrijk.
- Sommige werkopdrachten verlopen volgens een regelmaat en moeten binnen de voorzien tijd uitgevoerd worden.
- Het beroep kan alleen of in teamverband uitgeoefend worden.
- De beroepsuitoefening is gebonden aan normen en reglementering inzake veiligheid, gezondheid, hygiëne, welzijn, milieu en vestiging.
- De uitvoering van bepaalde taken is onderhevig aan digitalisering en automatisering.
- De beroepsbeoefenaar moet communicatief (intercultureel) vaardig zijn
- Houdt steeds rekening met de nationale en/of internationale bedrijfspolicy

Handelingscontext

- De beroepsbeoefenaar dient tijdens de uitvoering van de opdracht zorgvuldig en vertrouwelijk te werken.
- Voortdurend aandacht hebben voor tijdige aflevering en uitvoering van de opdrachten.
- Werkt efficiënt, kwaliteitsvol, ethisch en handelt integer in alle omstandigheden.
- Handelt economisch en ecologisch
- Handelt volgens de wetgeving en het marketingbeleid van de organisatie.
- Efficiënt communiceren met leidinggevende(n), collega's, personeel, sollicitanten en externe dienstverleners.
- De beroepsbeoefenaar is sociaal vaardig

- Stelt zich empatisch en positief assertief op
- Het beantwoorden van marketingvragen vergt een individuele aanpak
- Het beheren van marketingprojecten en databases vraagt nauwgezet werken
- Gaat discreet om met informatie
- Is bereid om zaken aan te leren en anders aan te pakken
- Het uitvoeren van marketingprojecten vraagt een analytische aanpak
- De beroepsbeoefenaar werkt oplossings- en doelgroepgericht
- Kan omgaan met plotse veranderingen
- Werkt vaak in een stressvolle omgeving en kan verscheidene taken tegelijk uitvoeren
- Voelt aan welke informatie (intern en extern) een impact kan hebben op de activiteiten van de organisatie
- Zoekt voortdurend naar een manier waarop de organisatie met zijn producten/diensten het verschil kan maken

Autonomie

Is zelfstandig in

- het voorbereiden, nauwkeurig uitvoeren en controleren van de opdracht
- het bepalen van de volgorde van de uitvoering van de opdrachten
- het bepalen van de wijze waarop de opdracht wordt uitgevoerd
- het zelf oplossen van problemen en onregelmatigheden
- het melden van problemen aan de verantwoordelijke indien deze niet zelf op te lossen zijn.
- het opvolgen van diensten geleverd door externe dienstverleners
- het beantwoorden van marketingvragen die tot zijn takenpakket/bevoegdheid behoren
- het voeren van efficiënt communicatie met leidinggevende(n), collega's, externe dienstverleners.
- het informeren van collega's over marketingprojecten
- het opvolgen van de uitvoering van marketingprojecten
- het permanent opvolgen van nieuwe ontwikkelingen en regelgeving rond marketing.
- het oplossingsgericht werken
- het doelgroepgericht werken
- het uitvoeren van handelingen gerelateerd aan marketingprojecten
- het permanent ontwikkelen van de eigen deskundigheid
- het verzamelen en actualiseren van relevante informatie
- het analyseren van marketinggerelateerde gegevens
- het formuleren van voorstellen in functie van de realisatie van het marketingplan
- het formuleren van verbetervoorstellen in functie van de realisatie van het marketingplan

Is gebonden aan

- eindcontrole van een beperkt aantal opdrachten
- opgelegde timing of noodzakelijk tijdstip voor de uitvoering van de taken/projecten
- de geldende regels en bepaalde procedures van de organisatie
- de bedrijfscultuur, het commercieel- en marketingbeleid van de organisatie
- de geldende wetgeving
- afspraken met externe dienstverleners rond marketing
- de beschikbaarheid en de mogelijkheden voor het opzetten van projecten en dienstverleners

Doet beroep op

- de leidinggevende/de verantwoordelijke voor het inwinnen van informatie over het te volgen marketingbeleid.
- de leidinggevende/de verantwoordelijke voor het inwinnen van informatie over de aanpak van bepaalde taken
- het team/collega's voor het inwinnen van informatie om taken af te kunnen werken
- externe marketingdienstverleners om projecten te realiseren.
- de verantwoordelijke indien problemen niet zelf op te lossen zijn

Verantwoordelijkheid

- Werkt ondersteunend en loyaal t.a.v. de afdeling/organisatie
- Werkt oplossingsgericht
- Werkt doelgroepgericht
- Ontwikkelt permanent de eigen deskundigheid
- Ondersteunt de uitvoering van de marketingstrategie van de onderneming op basis van marktonderzoek
- Helpt het marketingactieplan opstellen
- Denkt promotiecampagnes voor de producten en diensten uit en coördineert deze
- Implementeert promotiemiddelen voor de producten en/of diensten en coördineert de uitwerking ervan
- Realiseert en coördineert marketingprojecten via direct marketing rekening houdend met de marketingstrategie van de organisatie
- Realiseert en coördineert evenementen
- Stelt een balans van de marketingacties op en doet verbetervoorstellen
- Biedt (technische) ondersteuning aan commerciële medewerkers
- Coördineert marketingoperaties van een website
- Zet sociale media-toepassingen in in professionele processen
- Zoekt en coördineert sponsoringactiviteiten

2.3 ATTESTEN EN VOORWAARDEN

Wettelijke attesten en voorwaarden

Er zijn geen wettelijke attesten of voorwaarden vereist.