

>>> www.ifbd.be/nl/management-opleiding

>>> SALES & MARKETING
MANAGEMENT

2019

Het strategische marketing plan

Van idee naar cash

Leer de strategische, tactische en operationele bouwstenen van een goedgeschreven marketing plan.

“Een marketing plan ...
veel meer dan een
noodzakelijk kwaad!”



Onder de deskundige leiding van:

Jan Jacobs
Managing Director
JANUS CONSULTING



IFBD
Institute for Business
Development



HET STRATEGISCHE MARKETING PLAN

Waarom dit programma?

ANNO 2019 EIST EEN MOEILIJKE MARKT EEN EXCELLENTE VOORBEREIDING

“Een goed product verkoopt zichzelf ...” Niets is minder waar. Een goed product is vandaag een noodzakelijke voorwaarde tot succes in een hyper competitieve markt. Uw concurrenten bieden vaak evenwaardige producten of diensten aan als uw bedrijf. Bovendien biedt de globale markt nieuwe opportuniteiten. Vandaar dat het opstellen van een professioneel marketing plan meer dan ooit aandacht verdient. Jan Jacobs leert u op één dag tijd hoe u voor uw bedrijf of business unit een bruikbaar, functioneel en rendabel marketing plan opstelt.

EEN MARKETING PLAN: MEER DAN EEN NOODZAKELIJK KWAAD ...

Niemand zal vandaag de noodzaak van een marketing plan ontkennen. Maar hoe pakt u dit aan? Hoe analyseert u uw markt? Kent u uw klanten? Heeft u inzicht in het koopgedrag van uw afnemers? Hoe gaat u om met product portfolio analyses? Hoe segmenteert u uw markt en hoe vertaalt u dit naar uw marketing plan? En hoe lang is uw product leefbaar of anders gezegd: wat is de “product life cycle”? Als commerciële manager wordt u vandaag afgerekend op uw prestaties en resultaten. U heeft er dan ook alle belang bij uw acties, prognoses en commerciële inspanningen – met kennis van zaken - voor te bereiden en te onderzoeken zodat u niet voor onaangename verrassingen komt te staan.

STAPPENPLAN VOOR UW EIGEN MARKETING PLAN

Aan het einde van de cursus krijgt u, naast de uitgebreide documentatiemap, ook tientallen tips mee die u moeten helpen bij het nog beter schrijven van uw (strategisch) marketing plan.

WAT MAAKT DEZE DAG UNIEK?

Deze cursus is een must voor iedere (marketing) manager die de commerciële doelstellingen van zijn organisatie of unit moet vertalen naar een concreet marketing plan. U krijgt de diverse bouwstenen en verneemt de vele valkuilen waarmee u rekening dient te houden. De cursus is op die manier opgebouwd, dat u naast de noodzakelijke theoretische onderbouw van marketingconcepten en -instrumenten ook kunt genieten van de ruime praktijkervaring van onze docent.

VERHOOGDE INTERACTIVITEIT

De deelnemers krijgen uitgebreid de kans om hun eigen problematiek ter sprake te brengen. Om dit te realiseren, vragen wij op voorhand een beknopte beschrijving van de probleemstelling te formuleren. Op die manier kunnen wij de cursus volledig opstellen volgens uw eigen informatiebehoefte.

U kunt hiervoor steeds contact opnemen met **Dirk Spillebeen** op het nummer: +32 50 38 30 30 (e-mail: dirk@ifbd.be).

Uw docent

Jan Jacobs is Managing Director bij Janus Consulting, met een expertise en ervaring in Product Management, Business Planning, Business Unit Management, Innovation en New Business Development. Hij combineert de unieke kennis en professionele ervaring van zowel het commerciële - als het management luik. Na een drietal jaar voor Fiat Auto Belgio als area sales manager, werd hij in 1990 Business Manager bij Tenneco Automotive, in 1991 European Product Manager bij Monroe Europe – Tenneco Automotive. In 1995 stapte Jan over naar Whirlpool Europe, eerst ook als European Product manager, maar reeds een jaar later werd hij Brand Director binnen Whirlpool Europe. Van 2000 tot 2002 was hij Innovation and New Business Development Director, o.m. verantwoordelijk voor het opstellen, (her-)evalueren en bijsturen van de business modellen. Sinds 2002 is hij als marketing, innovatie en strategisch adviseur actief. Hij is dan ook uitstekend geplaatst om deze training te verzorgen. Binnen het IFBD is Jan - als lead trainer - verantwoordelijk voor het curriculum Marketing & Innovatie.

Onze opleidingen in primeur?



Volg ons! @IFBDupdate



Overzicht programma



MODULE 1: HET MARKETING PLANNING PROCES

- ◆ De plaats van het marketing plan in de bedrijfsplanningscyclus.
- ◆ De objectieven en stappen van marketing planning.

MODULE 2: WHAT BUSINESS ARE YOU IN?

- ◆ Wat je bedrijf verkoopt ...
- ◆ De markt waarin je actief bent ...

MODULE 3: EXTERNE ANALYSE

- ◆ Macro trends.
- ◆ Inzichten in klanten.
- ◆ Analyse van de waardeketting.

MODULE 4: INTERNE ANALYSE

- ◆ Concurrentie analyse: het model van Porter.
- ◆ Analyse van het klantenbestand.
- ◆ Analyse van het product/dienstaanbod.

MODULE 5: DE SWOT SYNTHESE

- ◆ De SWOT-matrix.
- ◆ GAP-analyse en actieplanning.

MODULE 6: MARKETING OBJECTIEVEN

MODULE 7: MARKETING STRATEGIE

- ◆ Segmentatie.
- ◆ Targeting.
- ◆ Positionering.

MODULE 8: DE MARKETING MIX

- ◆ Product/diensten beleid:
- ◆ Het New Product Development proces.
- ◆ Distributiebeleid:
- ◆ Plaats, tijd en beschikbaarheid.
- ◆ Marketing communicatiebeleid:
- ◆ Merkenpositionering als start.
- ◆ Doelpublieken en strategische objectieven.
- ◆ Prijsstrategieën:
- ◆ Cost Plus pricing.
- ◆ Product pricing mix strategieën.

MODULE 9: TACTISCHE MARKETINGUITVOERING

- ◆ Doelstelling - Verwachte resultaten - Geplande acties.
- ◆ Marketing resources planning.
- ◆ Marketing metrics.

DOEL VAN DE TRAINING:

- > U krijgt een planningsmethode om uw marketing plan te maken d.m.v. een gestructureerde aanpak via een aantal logische stappen. Bij elke stap zal de bijhorende theorie uitgelegd worden, waarna de deelnemers zelf een aanzet kunnen geven voor het maken van een eerste versie van hun eigen strategisch plan.
- > U leert het verschil tussen strategische en operationele planning.
- > U leert de voorwaarden tot het succesvol implementeren van een strategische aanpak binnen een organisatie.
- > U krijgt gereedschappen, technieken en zakelijke vaardigheden essentieel voor succesvolle managers die betrokken zijn bij het plannen van de toekomst van hun organisatie.
- > Bovendien leert u wat wel en niet werkt in de praktijk door middel van discussie, intervisie en ervaringsuitwisseling met collega-deelnemers en trainer.

STIJL EN METHODE:

- > Deze training combineert groepsdiscussies / workshops en praktische voorbeelden om leerpunten duidelijk te maken.

DOELGERICHT PROGRAMMA

Dit programma werd opgesteld speciaal voor:

- > Marketing Manager
- > Verkoop Directeur
- > Commercieel Directeur
- > (Key) Account Manager
- > Sales Manager
- > Product Manager
- > Brand Manager
- > Algemeen Directeur

En dit zowel vanuit de BtB, BtC als dienstenorganisaties.

OPTIMAAL LEEREFFECT

We beperken het aantal deelnemers aan deze cursus. Hierdoor kunt u optimaal profiteren van de kennis en ervaring van de docent. Bovendien toetst u op een interactieve manier uw eigen praktijksituatie aan die van uw collega's. Zo garandeert het IFBD u een optimaal leereffect, gebaseerd op theoretische onderbouw en gestaafd met vele praktische voorbeelden.

VERLOOP CURSUSDAG(EN):

08.30	Ontvangst, registratie & koffie.
09.00	Start van de trainingsdag (met voorstelling van de docent).
12.30	Lunch.
17.00	Einde van de cursusdag.

Zowel in de voor- als namiddag wordt een korte (koffie-)pauze gehouden.

