



# Marketing Management D

Marketing Management-D is de meest complete marketingopleiding in Nederland. Zeg maar op MBA-niveau met een bedrijfskundige insteek. Vanuit de brand management en marketingprincipes zoals die worden toegepast bij de beste marketingbedrijven. Alle belangrijke marketingonderwerpen komen aan bod met meer dan 25 topsprekers. Deze opleiding is aanvullend aan NIMA-B en NIMA-C en heet daarom Marketing Management-D. Strategisch, inspirerend, compleet en praktijkgericht.

## De opleiding

10 Opleidingsdagen + 2 dagen Live case

NIMA geaccrediteerd 30 PE-punten

Certificaat Marketing Management-D

Prijs € 8.850

Leden van NIMA, bvA, SWOCC, VIA en Logeion krijgen 10% korting

## Deze opleiding is ontwikkeld door



“Marketing Management-D” is ontwikkeld en samengesteld door Marc van Eck RM en Guy van Liemt RM, en wordt gegeven samen met inspirerende gastsprekers uit het werkveld. Marc en Guy overzien het curriculum en begeleiden alle dagen. Tenminste een van hen is altijd aanwezig. Tevens bewaken zij de eenheid in de verscheidenheid. Marc van Eck is oprichter van New Growth Strategies, de strategy & brand consultancy van TBWA. Momenteel is hij Cheif Growth Officer van TBWA Nederland, voorzitter van het College van Register Marketeers, serial entrepreneur, bestselling auteur, veelgevraagd spreker en boardroom consultant. Guy van Liemt RM is boardroom consultant, lid van het College van Register Marketeers en public speaker. Daarnaast co-auteur van de bestseller *Marketingcommunicatie in 14 stappen* (bekroond tot marketingstudieboek van het jaar). Guy heeft het marketingvak geleerd bij Procter & Gamble en Unilever, en zeer ruime ervaring als docent-trainer bij de marketing- (NIMA-B en -C) en marketingcommunicatie-opleidingen van SRM (o.a. College for Brand Management) en is meerdere malen verkozen tot de 5

### Voldoet de opleiding aan jouw behoeften?

Deze opleiding voldoet aan je behoeften als je op zoek bent naar twee dingen. Ten eerste een zeer gedegen en tegelijkertijd brede marketingopleiding die niet een deel van de marketing journey behandelt maar alle belangrijke onderwerpen en aspecten die je nodig hebt om een marketingprofessional op topniveau te zijn. Voor jezelf maar ook in je rol als leidinggevende van andere marketeers. Ten tweede wil je een vak het liefste leren van de besten want van de besten leer je het meeste. “De besten” zijn de mensen die op hoog niveau in de praktijk werkten – en werken. De mensen die tegelijk boven de praktijk kunnen uitstijgen, en hun kennis en inzichten helder en inspirerend kunnen overbrengen. Van hen wil je leren en met hen wil je sparren. Daarom hebben we meer dan 25 topsprekers en -docenten bij deze opleiding betrokken. Mensen die vanuit verschillende rollen op hoog niveau in de praktijk actief zijn.

- Niet veel marketeers hebben het geluk om marketing in de volle breedte, op topniveau, in de praktijk te leren bij organisaties, die het opleiden van hun mensen tot topmarketing professionals centraal stellen. Maar hoe leer je het dan wel, en van wie?
- Deze opleiding behandelt alle belangrijke marketingonderwerpen, ook de onderwerpen die niet of minder aan bod komen in de NIMA-B en NIMA-C opleidingen. Dit is een goede aanvulling en vervolg op NIMA-B en -C en is waarom we deze opleiding de naam Marketing Management-D hebben gegeven.
- Het marketingvak heeft zich ook ontwikkeld en dat geldt ook voor het speelveld waarin de marketeer opereert en voor de instrumenten die hij of zij in handen heeft. Veeleisender klanten, die veel meer keuzes hebben en waarvoor de transparantie en toegankelijkheid enorm is toegenomen; de digitale wereld waarin we leven, werken en kopen; maar ook de ethische afwegingen die van organisaties en merken verwacht worden. Van privacyaspecten tot de ontwikkeling van louter shareholder-denken naar stakeholder-denken, andere manieren waarop we zijn gaan werken en hoe organisaties zichzelf organiseren en structureren, tot de beweging naar SDG's. Ook het aantrekken van voldoende toptalenten is bijvoorbeeld uiteindelijk een marketingvraagstuk. Hierin is nog veel te winnen. Wij vinden zelfs een wereld te winnen voor het vak.

Zit jij in een andere situatie? Neem contact met ons op, wij zijn benieuwd naar jouw verhaal.

## Voor wie?

Deze opleiding is bedoeld voor:

- Marketingprofessionals werkzaam als (senior) product, brand of marketing manager, die nog beter het vak marketing in de volle breedte willen begrijpen en beheersen én beter voorbereid de stap naar directieniveau kunnen maken.
- Leidinggevendenden van andere marketingprofessionals om nog beter leiding te kunnen geven, hen te helpen in hun ontwikkeling en de marketingorganisatie te versterken.
- Professionals die actief zijn in het marketingvak, maar dat niet in het begin van hun loopbaan geleerd hebben (bijvoorbeeld bij niet-marketing-georiënteerde organisaties). Zij hebben de ambitie om het marketingvak tot in de vingertoppen te beheersen.
- Het maakt niet uit of je werkzaam bent binnen profit of non-profit, fmcg, b2b,

## Wat levert het jou op?

Deze opleiding leidt marketingprofessionals op tot effectieve marketing managers en directeuren die geïnspireerd, met zelfvertrouwen en effectief hun vak en rol kunnen uitoefenen. En die leiding kunnen geven aan andere marketingprofessionals en hen beter kunnen helpen. Het is een goede aanvulling en vervolg op NIMA-B en -C, met belangrijke onderwerpen die daar niet of minder aan bod komen, zoals:

- De essentie van marketing
- Marketingoriëntatie van organisaties en de rol van user experience (UX)
- Marketingeffectiviteit in relatie tot organisatiedoelstellingen
- Segmentatie en targeting
- Product- & innovatiestrategie
- Brand equity en positionering
- Ontwikkelen en beoordelen van creatieve concepten
- Maximaliseren van beschikbaarheid
- Winnen op de drie momenten van de waarheid: ZMOT, FMOT & SMOT
- Pricing & prijsstrategieën
- Geïntegreerde marketingcommunicatie
- Groeien door nieuwe gebruikers (penetratie en trial) en huidige gebruikers (via consumptie en frequentie)
- Marketing skills, waaronder marketing leadership skills en effective business writing

De meer dan 25 sprekers en docenten, die allen op hoog niveau in de bedrijfspraktijk actief zijn, zorgen voor een topniveau. In het onderdeel Marketing in de Praktijk komen marketing directeuren, CMO's en CEO's met een marketingachtergrond hun verhaal delen.

### Data

[Kijk voor de meest actuele data op de website.](#)

### Kosten

De opleiding kost € 8.850,-, inclusief studiemateriaal.

### Lidmaatschap en korting

Met een lidmaatschap van jezelf (of van de organisatie als die de opleiding betaalt) van NIMA, bvA, VIA, Logeion of SWOCC krijg je 10% korting op de opleidingsprijs. Inclusief deze korting is de opleidingsprijs € 7.965,-

### BTW

Bedragen zijn exclusief btw. Opleidingen zijn belast met 21% btw. Voor organisaties die geen btw kunnen terugvorderen, is vrijstelling van btw mogelijk. Voor particulieren is het opleidings- en examengeld volledig vrijgesteld van btw.

# Volledige opleidingsprogramma

## Dag 1 - Marketing, marktoriëntatie, gebruikerservaring (UX) en marketingeffectiviteit

*"Marketing needs to recognize its role in generating value for all organizations."*

- Marketingessentie. De essentie van marketing en van de marketingmanager, de scope en de grondbeginselen. Marketingdoelstelling & -strategie.
- Marktoriëntatie. De verschillende rollen van marketing en marktwerking in de organisatie. Klantgerichtheid, bedrijfs-/organisatiecultuur en de gebruikerservaring.
- Marketingeffectiviteit. Return on marketing investment (ROMI) in relatie tot de organisatiedoelstellingen.

## Dag 2 - Segmentatie op basis van behoeften en targeting

*"Superior knowledge of users, markets & competition creates winning propositions".*

- Marketinganalyse & onderzoek: onderzoeksontwerp, methoden & technieken, van info en data naar bevindingen en ontwikkeling.
- Segmentatie, behoeften & verlangens, marketingdoelgroepen en targeting.
- Marketing in de Praktijk-1: een marketingmanager, directeur van CMO vertelt vanuit de praktijk.

## Dag 3 - Driven Brand Equity

*"Building brand Equity will generate stakeholder value."*

- Brand Equity: merkidentiteit, merkpositionering en andere assets die van waarde zijn voor stakeholders en waarde voor de organisatie genereren.
- Hoe ontwikkel en evalueer je grote creatieve concepten en uitingen? De 6 fasen van een effectief creatief ontwikkelingsproces. Go BIG or go home.....
- Marketing in de Praktijk-2: een marketingmanager, directeur of CMO vertelt vanuit de praktijk.

## Dag 4 - Product- en Innovatiestrategie

*"Make the product and services so great, people can't help but to talk about it."*

- Productproposities en -strategie inclusief services en assortimentsbeleid.
- Creëren & managen van innovaties (innovatie journey) inclusief merkstretching. Innovatie als levensader voor organisaties.
- Verpakking & design: hoe zien de doelgroepen het product? Wat bleek te werken en wat niet?

## Volledige opleidingsprogramma

### Dag 5 - Maximaliseren van beschikbaarheid (distributie & kanalen)

*"Maximising availability is the best growth strategy with the lowest risk of all."*

- Maximaliseren van beschikbaarheid via retail en wederverkopers, richten/ontwikkelen van nieuwe functies en kanalen.
- Direct to consumer-strategieën en het samenspel met retail.
- Groeien via platformen, die sterk in opkomst zijn.

### Dag 6 - Winnen op de 3 'Moments of Truth': online, bij aankoop & in het gebruik

*"The golden rule for every business person: "Put yourself in you customer's place."*

- ZMOT (Zero Moment of Truth): Hoe online te winnen in het 'zero moment of truth'.
- FMOT (First Moment of Truth): Hoe te winnen op het moment van aankoop. Shopper-marketing.
- SMOT (Second Moment of Truth): Hoe te winnen in het gebruik/UX/user experience & tevredenheid (NPS).

### Dag 7 - Prijsstrategieën en vergroting van marge

*"Price is what you pay, value is what you get."*

- Prijsstrategieën incl. lange staart, freemium enz.
- Maximaliseren van marge & ontvangen (in de mix).
- Marketing in de Praktijk-3: een marketingmanager, directeur van CMO vertelt vanuit de praktijk.

### Dag 8 - Geïntegreerde marketingcommunicatie

*"Building brands AND building business."*

- Marketingcommunicatiedoelstellingen & -strategieën. Strategie = kiezen uit 11 mogelijke doelen en in de 3 elementen van marketingcommunicatiestrategieën.
- Marketingcommunicatiemix & het Planningsmodel. Return on Marketing Communications Investment (ROMCI). Marketingcommunicatievormen en -dragers, conversaties, paid/owned/earned, contentmarketing, storytelling etc.
- Geïntegreerde mediaplanning met media learnings/insights van onder meer Les Binet.
- Evalueren van creatieve concepten m.b.v. Artificial Intelligence (AI)-technieken.

## **Dag 9 - Groeien door maximaliseren van trial & loyalty**

*"Always work with the end in mind."*

- Hoe nieuwe gebruikers te winnen via quality trial & penetratie (inclusief de inzichten van Byron Sharpe).
- Hoe loyale gebruikers te creëren en trouw/loyaliteit te creëren via consumptie & frequentiestrategieën.
- Overzicht van alle mogelijke marketing growth drivers voor een organisatie.

## **Dag 10 - Marketingvaardigheden, management & leiderschap, denken & communiceren**

*"Profit is the applause you get for taking care of your customers and creating a motivating environment for your people."*

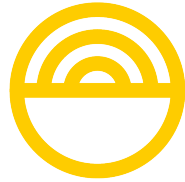
- 21st century marketingvaardigheden, gericht op vaardigheden, management en denken/schrijven.
- Marketing management & leiderschap / leid marketing de toekomst in. Het managen/leiden van initiatieven, processen, mensen & teams, externe partijen & partners.
- Effectief zakelijk schrijven = Denken + Strategisch Marketingplan volgens de OGSM-principes en format (Marketingplan op één A4).

## **Dag 11 Live case**

*"Tweedaagse live case om het geleerde in de praktijk te brengen"*

Een echte opdrachtgever brieft in de ochtend van de eerste dag een case: een echte marketinguitdaging. Hier ga je in kleine groepjes en onder begeleiding mee aan de slag. In de middag van de tweede dag presenteer je als groep je oplossing aan de opdrachtgever, die vervolgens feedback geeft.





In het voorjaar van 2023 starten onze opleidingen. Opleidingen die je onderdompelen in diepgaande vakkennis en nieuwe inzichten. We nemen je mee op een inspirerende reis langs diverse perspectieven en verrassende ontwikkelingen. Zo krijg je een nieuwe, bredere kijk op jezelf, de keuzes die je maakt en je rol in jouw organisatie en ons vakgebied. Zo kan je op een interactieve en collectieve manier je eigen-wijsheid vormgeven.

### **De opleidingen die starten in 2023**

klik erop voor meer informatie en het inschrijfformulier!

- Strategische Retail Marketing
- **Marketing Management-D**
- Merk Leiderschap - positioneren voor de toekomst
- Leiderschap van Strategische Vernieuwing
- Managen zonder Macht
- Het juiste doen als niemand kijkt
- Marketingcommunicatie in 14 stappen



**Alle opleidingen bestaan uit 6 tot 10 dagen en zijn NIMA-gecertificeerd.**

Iris werkt samen met NIMA, bvA, VIA, Logeion en SWOCC. Leden van samenwerkingspartners komen in aanmerking voor 10% korting op de opleidingsprijs. Vragen? Klik hieronder op het icoon en neem contact op.

