Short Formats opleidingen i.s.m. Hogeschool Gent

De P van Personeel. Van medewerker tot ambassadeur.

Online communicatie als motor voor succesvolle e-marketing & sales: de rol van bedrijfsblogs.

HOGESCHOOL GENT
LID VAN DE ASSOCIATIE UNIVERSITEIT GENT

INSTIMA
Opleidingsinstituut van Stichting Marketing voor marketing, sales en communicatie

STICHTING MARKETING FOUNDATION

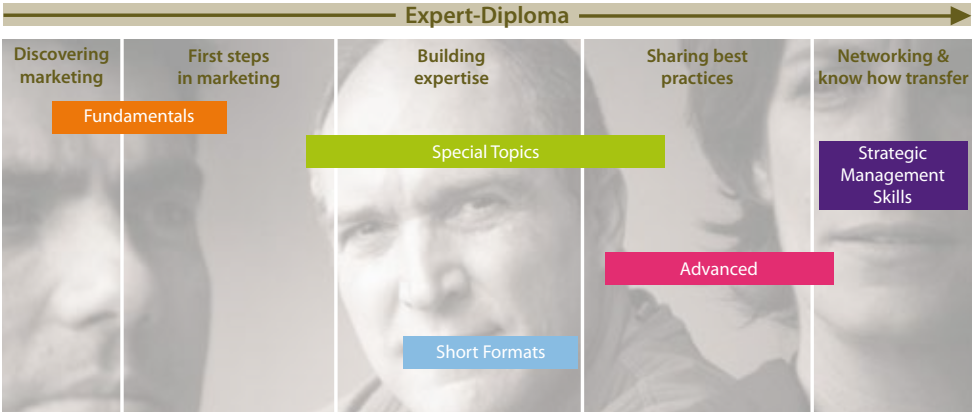
Deze short formats opleidingen zijn specifiek ontwikkeld voor professionals die een overzicht willen krijgen over actuele inzichten in marketing, sales en communicatie.

Hogeschool Gent, departement Bedrijfsmanagement Mercator en Instima stellen u een aantal praktijkgerichte Short Formats voor, gericht op professionals actief binnen marketing, sales en marketingcommunicatie. Met een uitgebreid programma opleidingen en seminars biedt Instima, opleidingsinstituut van Stichting Marketing, marketing-minded professionals, marketeers én managers de kans om hun vakkennis actueel te houden en hun netwerk uit te bouwen via boeiende contacten.

Hogeschool Gent, departement Bedrijfsmanagement Mercator biedt de professionele bachelor opleidingen Accountancy-Fiscaliteit, Financie- & Verzekeringswezen, KMO-Management, Logistiek Management, Marketing, Milieumanagement en Rechtspraktijk. Alsook de Bachelor na Bachelor opleidingen Toegepaste Fiscaliteit en Internationaal Bedrijfsmanagement. Het departement is tevens actief in diverse vormen van dienstverlening naar bedrijven en projectmatig wetenschappelijk onderzoek. Meer info op http://bmer.hogent.be

Instima biedt, als enige, een coherent, logisch, modulair en volledig opleidingstraject.

De opleidingen van Instima schrijven zich zeer duidelijk in in een volledig traject. Professionals kunnen op elk moment van hun carrière instappen om hun expertise in marketing, sales of communicatie op te bouwen. Het Expert-Diploma is de bekroning van een volledig doorlopen traject.



Twee opleidingen onder de leiding van ervaren managers en ervaringsdeskundigen

We worden dagelijks geconfronteerd met nieuwe marketingconcepten die zeer beloftevol zijn. Termen zoals simplicity marketing, relationship marketing, holistic marketing, Customer Relationship Marketing, database marketing, e-marketing, blogging … wat betekenen ze, wat kunnen we ermee doen en hoeveel brengt dit finaal op?
Vragen die we beantwoorden in 2 praktijk-gerichte opleidingen met getuigenissen van ervaren managers in het marketing vakgebied.

Dit is een opleiding voor u !

Tijdens deze opleidingen worden de actuele inzichten in marketing en communicatie toegelicht. Het is de bedoeling om u te inspireren over wat het marketingvakgebied aan de marketeer, commercieel manager, kadermedewerker, bedrijfsleider,... kan bieden. Voor de Hogeschool Gent Alumni is het bovendien een uitstekende gelegenheid tot netwerking met collega's.

Certificaat

De deelnemers ontvangen een attest van deelname dat in aanmerking komt voor het opleidingstraject naar het Expert-Diploma van Instima.

Plaats & datum

Hogeschool Gent,
Departement Bedrijfsmanagement Mercator,
Henleykaai 84, 9000 Gent.

De P van Personeel.
Van medewerker tot ambassadeur.
14 en 21 oktober 2009 van 18u. tot 21u.30

Online communicatie als motor voor succesvolle e-marketing & sales: de rol van bedrijfsblogs.
18 en 25 november 2009 van 18u. tot 21u.30

Prijs

Het inschrijvingsgeld bedraagt 350 euro (excl.21% BTW) per opleiding. De Alumni van Hogeschool Gent en de leden van Stichting Marketing genieten van het voorkeurtarief van 250 euro (excl.21%BTW). De catering en het cursusdossier zijn in de prijs inbegrepen.

Betaling

Betaling na ontvangst van de factuur, vóór aanvang van de opleiding. Annuleringen worden aanvaard tot 5 werkdagen vóór de start van de opleiding. Daarna is het volledig bedrag verschuldigd. Annuleringen dienen schriftelijk te gebeuren. De inschrijver kan zich laten vervangen door een collega.

De P van Personeel.
Van medewerker tot ambassadeur

14 en 21 oktober 2009 van 18u. tot 21u.30

Marketing is doorgaans een verantwoordelijkheid van de marketing-afdeling.
Er is echter maar sprake van goede marketing wanneer alle medewerkers van uw bedrijf doordrongen zijn van de meerwaarde van uw bedrijf. Specifiek in dienstverlenende bedrijven, speelt het personeel een cruciale rol in de merkervaring van uw klanten en stakeholders. Maar personeelszaken laten we dan wel over aan Human Resources. Hoe rijmt u dit met elkaar ?
Een antwoord krijgt u tijdens deze praktische opleiding rond de 'P van Personeel. Van medewerker tot ambassadeur'.

Dit is een thema voor u!

Tijdens deze opleiding leert u hoe marketing en personeelszaken met elkaar te verzoenen. U wordt geïnspireerd door de uitwisseling van praktijkervaring, concepten die werken en spraakmakende voorbeelden van eigen bodem. Bent u bedrijfsleider, ondernemer, marketing professional of een HR professional die employer branding niet beperkt tot rekrutering en selectie? Dan is deze opleiding iets voor u!
Kortom, deze opleiding is bestemd voor iedereen die zich op een efficiënte en adequate wijze wil informeren over de P van Personeel.

Wat leert u uit deze opleiding?

- Een duidelijk verband tussen marketing en personeelsbeleid.
- Een aantal modellen en praktijkvoorbeelden waarmee u uw eigen positionering kan bepalen.
- Een sprekend en inspirerend Belgisch voorbeeld, zodat u weet dat het niet altijd ver van uw bed hoeft te zijn.
- Hoe u de identiteit en cultuur van uw bedrijf kan bepalen en welke stappen u moet zetten om die cultuur te veranderen.
- Welk belang u uw service moet geven in uw marketingbeleid.
- Hoe werkt een gestroomlijnde organisatie en wat zijn de uitdagingen.

- 14 en 21 oktober 2009 (18u. tot 21u.30)
- Hogeschool Gent
- 350 euro (excl.21% BTW)
- 250 euro (excl.21% BTW) als Alumni Hogeschool Gent of lid Stichting Marketing

HOGESCHOOL GENT
LID VAN DE ASSOCIATIE UNIVERSITEIT GENT

Module 1:
De P van personeel

14 oktober 2009
Docent: Karl Indigne
Case: Wouter Torfs

- Welke rol speelt uw personeel in uw marketingaanpak?
- Hoe ervaart uw klant een menselijk contact met uw merk en bedrijf?
- Het verband tussen werknemerstevredenheid, klantentevredenheid en winstgevendheid.
- Is er een verschil tussen het interne en het externe merk van uw bedrijf?
- Een voorbeeld van bij ons: Torfs Schoenen.

Module 2:
Van medewerker tot ambassadeur

21 oktober 2009
Docenten: Karl Indigne
John Haenraets
Case: Myrese Goyvaerts (Carglass)

- Waarom verdient personeel met klantcontacten alle aandacht?
- Wat moet u verwachten van uw personeelsdienst?
- Hoe bouw ik aan mijn identiteit?
- Stappen van een cultuur naar een servicegerichte cultuur?
- Een praktijkvoorbeeld: Carglass.

Docenten

MYRESE GOYVAERTS is Marketing Manager bij CARGLASS

JOHN HAENRAETS is Bestuurder van OTENTIX en adviseert bedrijven bij de verandering van bedrijfscultuur. Hij is gespecialiseerd in het omzetten van waarden en missies naar een operationele werking.

KARL INDIGNE is Marketing Manager bij SD WORX waar hij dagelijks de uitdaging aangaat om collega's het merk te laten uitdragen.

WOUTER TORFS is bestuurder van TORFS SCHOENEN en huldigt het ijzersterke principe 'A great place to work, is a great place to buy'.

Online communicatie als motor voor succesvolle e-marketing & sales: de rol van bedrijfsblogs.

18 en 25 november van 18u. tot 21u.30

Al van bij de start van het internet had één van de pioniers, Tim Berners Lee, iets wat later een blog zou heten. Op dit moment worden er dagelijks meer dan 175.000 nieuwe blogs opgezet. Wat betekent dat nu voor bedrijven en professionals? Brengt dit fenomeen nieuwe opportuniteiten met zich mee of is het slechts een hype? Wat zijn blogs exact en hoe passen ze binnen de marketing mix en online communicatie? Welke andere online marketing-instrumenten zijn er, hoe verhouden ze zich tot blogs? Vragen die we tijdens de opleiding samen met u volledig beantwoorden met 'state-of-the-art' getuigenissen!

Dit is een thema voor u!

- Marketing en sales verantwoordelijken.
- Commerciële Managers, Account Managers, marcom verantwoordelijken.
- Product Managers.
- Account Executives van reclamebureaus, evenementenorganisaties.
- Webmasters & Webdesigners.
- PR-verantwoordelijken.
- Iedereen met ruime interesse in e-marketing.

Wat leert u uit deze opleiding?

- Het kennen, begrijpen en toepassen van online marketingacties en meer specifiek weblogs.
- Het verwerven van de nodige affiniteiten m.b.t. online marketing instrumenten.
- Het toepassen van recente inzichten in het gebruik van blogs.
- Raakpunten optimaliseren tussen marketing, sales en andere bedrijfsactiviteiten in het kader van online marketing en weblogs.

U ontvangt naast de cursusmap een exclusieve publicatie van de thesis van Sven De Clercq.

- 18 en 25 november (18u. tot 21u.30)
- Hogeschool Gent
- 350 euro (excl.21% BTW)
- 250 euro (excl.21% BTW) als Alumni Hogeschool Gent of lid Stichting Marketing

HOGESCHOOL GENT
LID VAN DE ASSOCIATIE UNIVERSITEIT GENT

Module 1:
Online marketing

18 november 2009
Docenten: S. Declercq
F. Lauweres

1. Kader en context van online marketing
- Wat is online marketing ?
- Hoe passen digitale marketinginstrumenten in de marketingmix?

2. Online proces: effectiviteit & efficiëntie
- Inleiding: e-business principes en mogelijkheden om return te halen.
- De overbrugging van de "consideration gap".
- Online segmentatie.
- Online communicatie.
- Automotive case: Opel.

3. Bedrijfsblogs als marketinginstrument
- Blogging: wat is het precies?
- Toepassingsgebieden van blogs voor bedrijven.
- Instrument voor efficiënte "lead generation".

Module 2:
Blogging, wat kan er vandaag?

25 november 2009
Docent: B. De Waele

1. Opbouwen en onderhouden van weblogs
- Opzetten van een weblog en impact op organisatie.
- Weblogs meten en analyseren.
- Getuigenis van ervaringsdeskundigen.

2. Lessons learned en best practices
- Bouwstenen voor een succesvol online marketingplan.
- Toegevoegde waarde van bedrijfsblogs.
- Bedrijfsblogs in een web 2.0 context.

Docenten

Programmaleiding: JOHAN VANHAVERBEKE, Wetenschappelijk adviseur INSTIMA.

SVEN DE CLERCQ, Online Marketing Manager TELEROUTE, Wolters Kluwer.
Zijn ervaring: e-marketing manager Intel, e-commerce Manager Staples & master thesis onderzoek naar het gebruik van bedrijfsblogs als marketinginstrument.

BART DE WAELE, Zaakvoerder van en Informatie-Architect bij Gents webbureau NETLASH.
Zijn ervaring: pionier in België op het vlak van bedrijfsbloggen. Vooral bezig met usability, zoekmachine- optimalisatie, personal branding en online reputation management.

FILIP LAUWERES, Client Relations & Channel management NETMINING
Zijn ervaring: alvorens bij Netmining actief te zijn was Filip lid van het EMEA Center of Excellence van Compaq (HP) en werkzaam bij Techmar (Teleperformance). Filip Lauweres heeft een brede kennis van teleweb projecten (crm, web, call-center) en lead generation initiatieven.

Deze opleidingen mag u niet missen! Schrijf nu in ▶▶▶

Kom leren van mensen met de kennis én de ervaring

2 Short Formats opleidingen

Ja, ik schrijf mij in voor:

☐ **De P van Personeel. Van medewerker tot ambassadeur.**
14 en 21 oktober 2009 van 18u. tot 21u.30

☐ **Online communicatie als motor voor succesvolle e-marketing & sales: de rol van bedrijfsblogs.**
18 en 25 november 2009 van 18u. tot 21u.30

Ik betaal

☐ 350 euro (excl. 21% BTW)

☐ 250 euro (excl. 21% BTW) als Alumni van HSG of lid van Stichting Marketing

Persoonlijke gegevens

M: ☐ V: ☐

Naam:

Voornaam:

Firmanaam:

Sector:

Functie:

Straat:

Postcode: Plaats:

Telefoon: Fax:

E-mail:

BTW:

Bestelbon:

Datum: / / (d/m/j) Handtekening:

Fax

Inschrijven: Fax uw inschrijvingsformulier volledig ingevuld naar (02) 467 59 56 of stuur het naar : Instima, Stéphanie Du Bois, Z.1. Researchpark 120, 1731 Zellik.
Inschrijven kan ook va de site www.instima.be (short formats)

www.BRANDLAB.BE - Imagineering your brand