

Bijlage. Beschrijving van de beroepskwalificatie van marketing deskundige (0324) als vermeld in artikel 1.

## 1. GLOBAAL

a. Titel  
Marketing deskundige

b. 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.

c. Niveau  
5

d. Jaartal  
2018

## 2. COMPETENTIES

### 2.1 Opsomming competenties

#### BASISACTIVITEITEN

- Werkt ondersteunend en loyaal t.a.v. de afdeling/organisatie (M160601 Id17424-c, Id24109-c, Id18675-c, Id16379-c, co 01030, co 01780, co 01781, co 01782, co 01783, co 01807) (M160601 Id-c)
  - 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
- Werkt oplossingsgericht (co 01805)
  - 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
- Werkt doelgroepgericht (co 01806)
  - 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

- Ontwikkelt permanent de eigen deskundigheid (co 01808)
  - 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

#### SPECIFIEKE ACTIVITEITEN

- Ondersteunt de uitvoering van de marketingstrategie van de onderneming op basis van marktonderzoek (M170501 Id8490-c)
  - 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
- Helpt het marketingactieplan opstellen (M170501 Id12582-c)
  - 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
- Denkt promotiecampagnes voor de producten en diensten uit en coördineert deze (M170501 Id24913-c)
  - 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
- Implementeert promotiemiddelen voor de producten en/of diensten en coördineert de uitwerking ervan (M170501 Id25170-c)
  - 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
- Realiseert en coördineert marketingprojecten via direct marketing rekening houdend met de marketingstrategie van de organisatie (M170501 Id24397-c)
  - 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
- Realiseert en coördineert evenementen (M170501 Id24397-c)
  - 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
- Stelt een balans van de marketingacties op en doet verbetervoorstellen (M170501 Id16884-c)
  - 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, ...)
- Biedt (technische) ondersteuning aan commerciële medewerkers (M170501 Id23108-c)
  - 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
- Coördineert marketingoperaties van een website (M170501 Id19238-c)
  - 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
- Zet sociale media-toepassingen in in professionele processen (M170501 Id51726-c)
    - Analyseert het gebruik van sociale media
    - Volgt evoluties op
    - Gebruikt sociale media(toepassingen) om marketingdoelstellingen te realiseren
    - Formuleert voorstellen voor optimalisering
- Zoekt en coördineert sponsoringactiviteiten (M170501 Id36248-c)
    - 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

## 2.2 Beschrijving competenties/activiteiten adhv de descriptorelementen

### 2.2.1 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 distributiekkanalen
- 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

### 2.2.2 Vaardigheden

#### Cognitieve vaardigheden

- Het kunnen digitaliseren, verwerken en controleren van documenten, data en informatie bij het ondersteunend en loyaal werken tav de afdeling/organisatie
- Het kunnen helder, duidelijk en op een zakelijke manier communiceren
- Het kunnen gebruiken van instrumenten voor de opvolging van de activiteit van de organisatie/afdeling en maken en bijwerken van situatieoverzichten
- Het kunnen handelen op een zakelijke manier bij het ondersteunend en loyaal werken tav de afdeling/organisatie
- Het kunnen organiseren van vergaderingen en opstellen van verslagen
- Het kunnen respecteren van de bedrijfscultuur, procedures en regels
- Het kunnen confidentieel omgaan met bedrijfsgerelateerde informatie
- Het kunnen integer en respectvol omgaan met klanten/collega's bij het doelgroepgericht werken
- Het kunnen zorgen voor een goede overlegsituatie met de klant/collega's bij het doelgroepgericht werken
- Het kunnen wekken van realiseerbare verwachtingen bij het doelgroepgericht werken
- Het kunnen richten van de aandacht op de wensen en de belangen van de klanten en op de samenwerking met collega's
- Het kunnen proberen zich in de wensen en problemen van de klant/collega in te leven
- Het kunnen authentiek omgaan met bezwaren, weerstand en klachten het doelgroepgericht werken
- Het kunnen zich informeren over de ontwikkelingen in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Het kunnen identificeren van de behoefte aan verdere ontwikkeling in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Het kunnen opvolgen van nieuwe evoluties in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Het kunnen verwerven van nieuwe kennis en vaardigheden in relatie tot de eigen werkzaamheden
- Het kunnen delen van kennis met collega's bij het permanent ontwikkelen van de eigen deskundigheid

- Het kunnen analyseren van bedrijfsinterne factoren (product, prijs, promotie, plaats, personeel, ...)
- Het kunnen analyseren van bedrijfsexterne factoren (kenmerken en behoeften van de doelgroep, aantal en soort leveranciers en klanten, concurrentie, marktpositie, markttrends, media, maatschappelijke evoluties, wetgeving, ...) bij het ondersteunen van de uitvoering van de marketingstrategie van de onderneming op basis van marktonderzoek
- Het kunnen raadplegen van gespecialiseerde media en andere (externe) bronnen ...) bij het ondersteunen van de uitvoering van de marketingstrategie van de onderneming op basis van marktonderzoek
- Het kunnen waken over de samenhang om een coherent geheel te bekomen bij het ondersteunen van de uitvoering van de marketingstrategie van de onderneming op basis van marktonderzoek
- Het kunnen vergelijken van data met eerder gerealiseerde analyses bij het ondersteunen van de uitvoering van de marketingstrategie van de onderneming op basis van marktonderzoek
- Het kunnen treffen van voorbereidingen om de data in te passen in marketingmodellen
- Het kunnen formuleren van voorstellen voor doelstellingen van de marketingstrategie (imago, uitstraling, bereikbaarheid, distributie, garantie, service, functie van de prijs, omzet, naamsbekendheid, klanten bereiken, koppeling aan uitstraling bedrijf, ...) ...)
- Het kunnen rapporteren van resultaten aan de verantwoordelijke van het marktonderzoek
- Het kunnen doen van voorstellen van meetbare doelstellingen (verkoopcijfers, marktaandeel, deadlines, ...) per onderdeel van de marketingstrategie
- Het kunnen opstellen van marketingtools (prijsstrategie, productvernieuwing, promotiecampagne, distributiekkanalen, ...) voor elk onderdeel van het marketingactieplan
- Het kunnen rapporteren van de bevindingen aan de verantwoordelijke bij het helpen opstellen van het marketingplan
- Het kunnen geven van input op basis van eigen bevindingen
- Het kunnen opstellen van tussentijdse rapporten
- Het kunnen opvolgen van evoluties, trends,...
- Het kunnen bewaken van marktsegmenten
- Het kunnen uitwerken van ideeën voor de promotiecampagnes
- Het kunnen bespreken van de voorstellen met de verantwoordelijke bij het uitwerken en coördineren van promotiecampagnes
- Het kunnen coördineren van de samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, reclamebureaus, ... bij het uitwerken van de promotiecampagnes
- Het kunnen toetsen van de promotiecampagnes aan het marketingplan
- Het kunnen analyseren van de verschillende mogelijkheden bij het uitdenken van promotiemiddelen voor producten/diensten
- Het kunnen selecteren van de geschikte promotiemiddelen voor het product/dienst bij het uitdenken van promotiemiddelen voor producten/diensten
- Het kunnen formuleren van voorstellen bij het uitdenken van promotiemiddelen voor producten/diensten
- Het kunnen bespreken van de voorstellen met de verantwoordelijke bij uitdenken van promotiemiddelen voor producten/diensten
- Het kunnen gebruiken van marketingbudgetten om acties uit te werken
- Het kunnen coördineren van de uitwerking van de promotiemiddelen door medewerkers, grafisch vormgevers,...
- Het kunnen opvolgen van de uitwerking van promotiemiddelen voor producten/dienst
- Het kunnen, in overleg met de leidinggevende, bepalen van de doelstellingen, de doelgroep en kanalen voor het marketingproject via direct marketing

- Het kunnen rekening houden met de opgelegde criteria bij het verwerven van het databestand voor marketingprojecten via direct marketing
- Het kunnen, in overleg met de leidinggevende, bepalen van de leverancier van de data voor marketingprojecten via direct marketing
- Het kunnen afstemmen met de juridische dienst over marketingprojecten via direct marketing
- Het kunnen coördineren van de (onderlinge) samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, communicatiebureau en/of callcenter, externe organisatie, ... voor het uitwerken van de selectie van de te contacteren doelgroep bij het realiseren van marketingprojecten via direct marketing
- Het kunnen permanent opvolgen van het marketingproject via direct marketing
- Het kunnen, in overleg met de leidinggevende, bepalen van het event/project, de doelstellingen, de doelgroep van het project en het kanaal voor de campagne bij het realiseren van evenementen
- Het kunnen informeren van het communicatie- of event/mediabureau,... over de wensen en verwachtingen
- Het kunnen, indien nodig, afstemmen met de juridische dienst over het project bij het realiseren van evenementen
- Het kunnen, indien nodig, aanvragen van offertes bij de eventorganisator, event- of communicatiebureau en externe ondersteunende partijen bij het realiseren van evenementen
- Het kunnen coördineren van de (onderlinge) samenwerking met de medewerkers, andere afdelingen, het communicatie- of eventbureau,... bij het realiseren van evenementen
- Het kunnen verzorgen van een goede afstemming tussen de verschillende externe partijen bij het coördineren van evenementen
- Het kunnen permanent opvolgen van het project bij het realiseren van evenementen
- Het kunnen analyseren van meetbare gegevens (verkoopcijfers, marktaandeel, het realiseren van deadlines, ...) bij het opstellen van een balans van de marketingacties
- Het kunnen evalueren van de effectiviteit en efficiëntie van het project/dienst bij het opstellen van een balans van de marketingacties
- Het kunnen vergelijken van de budgetten die aan marketingacties werden gespendeerd met de gegenereerde opbrengsten
- Het kunnen doen van voorstellen om de resultaten van de marketingacties te verbeteren (promoten van een beperkt aantal producten, concentreren op key accounts, ...)
- Het kunnen helpen realiseren van het salesplan
- Het kunnen zoeken naar passende oplossingen voor de verkoop van producten/diensten in functie van het optimaliseren van de tevredenheid en rendabiliteit
- Het kunnen organiseren van producttrainingen/opleidingen voor de sales
- Het kunnen gebruiken van audiovisuele hulpmiddelen en ander didactisch materiaal
- Het kunnen voorzien van (technische) documenten over het product aan de sales
- Het kunnen ondersteunen en adviseren van de sales (CRM, generen leads, ...)
- Het kunnen coördineren van de verkoop via sales centra
- Het kunnen optimaliseren van de webpagina's voor zoekmachines (search engine optimisation) bij het coördineren van marketingoperaties van een website
- Het kunnen gebruik maken van o.a. social media om nieuwe bezoekers aan te trekken bij het coördineren van marketingoperaties van een website
- Het kunnen creëren van duidelijke conversiepaden om de klant tot actie aan te zetten (gegevens achterlaten, aankopen, ...) bij het coördineren van marketingoperaties van een website
- Het kunnen regelmatig analyseren van de webstatistieken

- Het kunnen samenwerken met specialisten (intern en/of extern) voor het beheren van de website bij het coördineren van marketingoperaties van een website
- Het kunnen analyseren van het gebruik van sociale media bij het inzetten van media-toepassingen in professionele processen
- Het kunnen opvolgen van evoluties bij het inzetten van media-toepassingen in professionele processen
- Het kunnen gebruiken van sociale media(toepassingen) om marketingdoelstellingen te realiseren
- Het kunnen formuleren van voorstellen voor het optimaliseren van media-toepassingen in professionele processen
- Het kunnen analyseren van de mogelijkheden voor sponsoring (goed doel, vereniging,...) bij het zoeken van sponsoringsactiviteiten
- Het kunnen selecteren van geschikte sponsorvormen
- Het kunnen uitwerken van ideeën voor de sponsoring
- Het kunnen bespreken van de voorstellen met de verantwoordelijke bij het zoeken van sponsoringsactiviteiten
- Het kunnen coördineren van de samenwerking tussen medewerkers, andere afdelingen, reclamebureaus, ... voor het uitwerken van de sponsoring
- Het kunnen veilig, ordelijk en milieubewust organiseren van de werkplek

#### Probleemoplossende vaardigheden

- Het kunnen inventariseren van problemen (databanken, eigen administratie,...) bij oplossingsgericht werken
- Het kunnen analyseren van de aard van de problemen bij oplossingsgericht werken
- Het kunnen opmerken van problemen en deze signaleren aan de leidinggevende bij oplossingsgericht werken
- Het kunnen uitwerken van een passende oplossing voor problemen binnen het eigen takenpakket bij oplossingsgericht werken
- Het kunnen analyseren van meetbare gegevens (verkoopcijfers, marktaandeel, het realiseren van deadlines, ...) bij het opstellen van een balans van de marketingacties
- Het kunnen evalueren van de effectiviteit en efficiëntie van een project bij het opstellen van een balans van de marketingacties
- Het kunnen vergelijken van de budgetten die aan marketingacties werden gespendeerd met de gegenereerde opbrengsten bij het opstellen van een balans van de marketingacties
- Het kunnen doen van voorstellen om de resultaten van de marketingacties te verbeteren (promoten van een beperkt aantal producten, concentreren op key accounts, ...)
- Het kunnen optimaliseren van de webpagina's voor zoekmachines (search engine optimisation) bij het coördineren van marketingoperaties van een website
- Het kunnen formuleren van voorstellen voor optimalisering bij het inzetten van media-toepassingen in professionele processen

#### Motorische vaardigheden

#### 2.2.3 Context

##### 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

#### 2.2.4 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

#### 2.2.5 Verantwoordelijkheid

- Het ondersteunend en loyaal werken t.a.v. de afdeling/organisatie
- Het oplossingsgericht werken
- Het doelgroepgericht werken
- Het permanent ontwikkelen de eigen deskundigheid
- Het ondersteunen van de uitvoering van de marketingstrategie van de onderneming op basis van marktonderzoek

- Het helpen opstellen van het marketingactieplan
- Het uitdenken van promotiecampagnes voor de producten en diensten en deze coördineren
- Het implementeren van promotiemiddelen voor de producten en diensten en de uitwerking ervan coördineren
- Het realiseren en coördineren van marketingprojecten via direct marketing rekening houdend met de marketingstrategie van de organisatie
- Het realiseren en coördineren van evenementen
- Het opstellen van een balans van de marketingacties en verbetervoorstellen doen
- Het bieden van (technische) ondersteuning aan commerciële medewerkers
- Het coördineren van marketingoperaties van een website
- Het inzetten van sociale media-toepassingen in professionele processen
- Het zoeken en coördineren van sponsoringactiviteiten

### 2.3 Attesten

Geen attesten vereist.

Gezien om gevoegd te worden bij het besluit van de Vlaamse Regering van ... tot erkenning van de beroepskwalificatie marketing deskundige.

Brussel, .....

De minister-president van de Vlaamse Regering,

Geert BOURGEOIS

De Vlaamse minister van Onderwijs,

Hilde CREVITS

De Vlaamse minister van Werk, Economie, Innovatie en Sport,

Philippe MUYTERS