

Bijlage. Beschrijving van de beroepskwalificatie van marketing coördinator als vermeld in artikel 1.

1. GLOBAAL

1.1. Titel

Marketing coördinator

1.2. Definitie

De marketing coördinator beheert alle marketingprojecten, -activiteiten en -materialen op tactisch, logistiek en strategisch gebied teneinde de realisatie van de communicatie-marketingstrategie van de organisatie te garanderen.

1.3. Niveau (VKS en EQF)

6

1.4. Jaar van erkenning

versie 1, 2022

2. COMPETENTIES

2.1. Opsomming competenties

Competentie 1:

Onderzoekt een product, dienst of merk

- Analyseert de functionaliteiten en eigenschappen van het product of de dienst (materialen, met welke processen komt het tot stand, kostprijs, design, mogelijke alternatieven, ...)
- Analyseert indicatoren die de merkwaarde bepalen (loyaliteit van klanten aan het merk, merkbekendheid, gepercipieerde kwaliteit, merkassociaties, ...)
- Raadpleegt marktonderzoeksrapporten, vaktijdschriften, nieuwsbrieven van brancheorganisaties, internetforums, ...
- Analyseert de merkpositionering
- Formuleert de merkbelofte vanuit de merkpositionering en de merkwaarden
- Analyseert per doelgroep, productcombinatie, marktcombinatie, kanaal en locatie differentiaties
- Maakt een rapport op basis van de analyse
- Formuleert voorstellen ter verbetering van het merk, dienst of product o.b.v. de analyseresultaten
- Bespreekt het rapport en de verbetervoorstellen met de marketing manager

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van Google analytics
- Kennis van informatierecht
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van wetenschappelijke onderzoeksmethodes

- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 2:

Onderzoekt het klantengedrag

- Analyseert demografische indicatoren (leeftijd, geslacht, etniciteit, locatie, ...)
- Analyseert sociaal-economische indicatoren (opleiding, inkomen, beroep, gezinssamenstelling, ...)
- Analyseert referentiegroepen (vrienden, leeftijdsgenoten, bekende mensen, ...)
- Analyseert economische indicatoren (economische conjunctuur, arbeidsmarktsituatie, consumentenvertrouwen, ...)
- Maakt een syntheserapport met alle bevindingen uit de analyses
- Formuleert voorstellen ter verbetering van het merk, dienst of product o.b.v. de analyseresultaten
- Bespreekt het rapport en de verbetervoorstellen met de marketing manager

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van administratief beheer
- Kennis van branding
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van geomarketing
- Kennis van Google analytics
- Kennis van informatierecht
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van mediakenmerken
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van social media analyse tools
- Kennis van sociale media
- Kennis van sociologie (consumentengedrag, groepsgedrag...)
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van software voor het opstellen en analyseren van vragenlijsten
- Kennis van webmarketing

- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van search engine marketing (SEM)
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 3:

Ondersteunt in het bepalen van doelgroepen en segmentatie

- Maakt een analyse van de profielen van de potentiële doelgroep(en)
- Zoekt naar relaties tussen de parameters in de klanten- of prospectenprofielen en verkoopcijfers
- Segmenteert klanten- of prospectenprofielen volgens bedrijfsgrootte, omzet, winst, toegevoegde waarde, aantal werknemers, leeftijd van het bedrijf, de groeisnelheid, ...

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van administratief beheer
- Kennis van branding
- Kennis van community management
- Kennis van datamining
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van geomarketing
- Kennis van Google analytics
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van sociologie (consumentengedrag, groepsgedrag...)
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten

over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.

- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van software voor klantenbeheer (CRM)
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 4:

Beheert de uitwerking van het actieplan per marketingcampagne

- Verzamelt informatie over de verwachtingen/wensen van de campagnedoelgroep(en)
- Verzamelt informatie over marktontwikkelingen en productontwikkelingen
- Stelt het actieplan op
- Stemt de doelen en de doelgroep(en) van de campagne af met de marketingmanager
- Waakt over de positionering van het product of merk
- Selecteert de in te zetten marketingcommunicatiekanalen voor de campagne rekening houdend met de gebruiksprofielen van elke mediatype.
- Houdt rekening met bestaande marketingcampagnes
- Overloopt het voorstel met de marketingmanager
- Volgt de uitwerking van het actieplan op
- Stelt een planning op en past ze aan wijzigende omstandigheden aan
- Verdeelt taken en verantwoordelijkheden
- Informeert, begeleidt, stuurt en motiveert (nieuwe) medewerkers
- Controleert de uitvoering van de opdrachten en het naleven van procedures
- Organiseert en leidt teamvergaderingen
- Stuurt het proces waar nodig

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van administratief beheer
- Kennis van branding
- Kennis van community management
- Kennis van datamining
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Google analytics
- Kennis van grafisch productieproces
- Kennis van informatierecht
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van mediakenmerken
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multichannel management
- Kennis van multichannel marketing

- Kennis van multimedia-opmaak software
- Kennis van online verkoop
- Kennis van principes voor het opstellen van een actieplan
- Kennis van publiciteitstechnieken (keuze van media, dragers, ...)
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van social media analyse tools
- Kennis van sociale media
- Kennis van sociologie (consumentengedrag, groepsgedrag...)
- Kennis van software 3D-modellering
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van webmarketing
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van technieken voor het leiden van een team
- Kennis van bedrijfsadministratie
- Kennis van procesbeheer
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van E-commerce
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van projectbeheer
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing
- Grondige kennis van content marketing
- Grondige kennis van SEO
- Grondige kennis van Google Ads

Competentie 5:

Denkt interne en externe communicatieprojecten uit in samenwerking met de verschillende afdelingen (sales, productie, marketing...)

- Bepaalt de inhoud van een communicatie(project)
- Stemt inhoud en vorm af op de kenmerken van de organisatie
- Presenteert informatie op een manier die belangstelling wekt
- Structureert teksten, formuleert kernachtig

- Integreert reeds bestaand materiaal

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van desktoppublishing (DTP)
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van grafisch productieproces
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van mediakenmerken
- Kennis van publiciteitstechnieken (keuze van media, dragers, ...)
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van verkooptechnieken
- Kennis van webredactie
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van technieken voor het leiden van een team
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing
- Grondige kennis van content marketing

Competentie 6:

Optimaliseert het bereik van de doelgroep van een marketingcampagne

- Gebruikt remarketing om eerdere bezoekers en vergelijkbare doelgroepen te bereiken
- Gebruikt verschillende kanalen om met de doelgroep in contact te komen (mailings, telemarketing, websites, sociale media, ...)
- Evalueert het resultaat van de ondernomen acties
- Formuleert verbetervoorstellen/alternatieven voor het bereiken van de doelgroep van een marketingcampagne
- Bespreekt de verbetervoorstellen/alternatieven voor de optimalisatie van het bereiken van de doelgroep van een marketingcampagne met de marketing manager

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding

- Kennis van datamining
- Kennis van geomarketing
- Kennis van Google analytics
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van social media analyse tools
- Kennis van sociologie (consumentengedrag, groepsgedrag...)
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van procesbeheer
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van E-commerce
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van software voor klantenbeheer (CRM)
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 7:

Zet sociale media-toepassingen in in professionele processen, naamsbekendheid, employer branding...

- Analyseert het gebruik van sociale media van de doelgroep
- Volgt de actualiteit en evoluties op
- Maakt een rapport op basis van de analyse
- Formuleert voorstellen ter optimalisatie van het gebruik van sociale media-toepassingen
- Bespreekt het rapport en de verbetervoorstellen voor het gebruik van sociale media-toepassingen met de marketing manager
- Gebruikt sociale media(toepassingen) om communicatiedoelstellingen te realiseren

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van community management
- Kennis van desktoppublishing (DTP)
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multichannel management
- Kennis van multichannel marketing
- Kennis van multimedia-opmaak software

- Kennis van redactionele normen
- Kennis van sociale media
- Kennis van software 3D-modellering
- Kennis van verkooptechnieken
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing
- Grondige kennis van content marketing
- Grondige kennis van SEO
- Grondige kennis van Google Ads

Competentie 8:

Ontwikkelt campagne-indicatoren

- Stelt monitorings- en procesparameters op om de voortgang te evalueren
- Formuleert verbetervoorstellen/alternatieven voor een campagne o.b.v. de vaststellingen
- Bespreekt de voorstellen/alternatieven met de marketing manager

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van Google analytics
- Kennis van indicatoren voor activiteitenmonitoring
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.

- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 9:

Onderzoekt (digitale) media interacties

- Analyseert statistieken voor digital media en mobiele toepassingen
- Volgt trends op internetfora en sociale media
- Raadpleegt informatiebronnen (internet, sociale media, ...)
- Maakt een rapport op basis van de analyse
- Formuleert voorstellen ter verbetering van de (digitale) media interacties
- Bespreekt het rapport en de voorstellen/alternatieven met de marketing manager

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van datamining
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Google analytics
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van social media analyse tools
- Kennis van sociale media
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

Competentie 10:

Beheert de website

- Schrijft of selecteert teksten en artikels
- Integreert beeldmateriaal, geluidsopnames en/of objecten
- Controleert de kwaliteit van de informatie
- Verzamelt informatie over het gebruik van de website
- Houdt de website actueel
- Werkt samen met andere afdelingen en (externe) webdesigners voor een nieuwe website
- Ondersteunt de opmaak en structuur van een nieuwe website
- Merkt problemen of verbeterpunten op
- Formuleert voorstellen ter verbetering van de website (structuur, content, tools...)
- Bespreekt de verbetervoorstellen/alternatieven met de marketing manager

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van community management
- Kennis van desktoppublishing (DTP)
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van grafisch productieproces
- Kennis van informatierecht
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van mediakenmerken
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multichannel marketing
- Kennis van multimedia-opmaak software
- Kennis van online verkoop
- Kennis van publiciteitstechnieken (keuze van media, dragers, ...)
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van verkooptechnieken
- Kennis van webmarketing
- Kennis van webredactie
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van E-commerce
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van projectbeheer
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing
- Grondige kennis van content marketing

- Grondige kennis van SEO
- Grondige kennis van Google Ads

Competentie 11:

Verbeterd de conversie

- Bepaalt het doel van de pagina
- Zorgt voor een duidelijke call-to-action
- Voert A/B testen uit
- Personaliseert de pagina
- Zorgt voor een eenvoudig en kort conversieproces
- Integreert user generated content

* Omzetting van bezoek aan een website naar een bepaald doel (bestelling, betaling, aanmelding...)

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van Google analytics
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van mediakenmerken
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van webmarketing
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Grondige kennis van search engine marketing (SEM)
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing
- Grondige kennis van content marketing
- Grondige kennis van SEO
- Grondige kennis van Google Ads

Competentie 12:

Leidt een e-mailcampagne

- Coördineert de activiteiten en de uitvoeringsfases van het project
- Coördineert de dagelijkse activiteiten, het overleg en de samenwerking tussen de verschillende afdelingen
- Stelt een planning op en past ze aan wijzigende omstandigheden aan
- Verdeelt taken en verantwoordelijkheden

- Informeert, begeleidt, stuurt en motiveert (nieuwe) medewerkers
- Controleert de uitvoering van de opdrachten en het naleven van procedures
- Zoekt naar oplossing/alternatieven bij problemen tijdens het leiden van de e-mailcampagne
- Organiseert en leidt teamvergaderingen

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van administratief beheer
- Kennis van e-mailsysteem
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van technieken voor het leiden van een team
- Kennis van procesbeheer
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van projectbeheer
- Grondige kennis van software voor klantenbeheer (CRM)
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing

Competentie 13:

Beheert de sociale netwerken van de organisatie

- Stelt een actieplan op voor de publicatie van posts op social media
- Kiest, indien nodig, beeldmateriaal, geluidsopnames en/of objecten
- Stelt, indien nodig, bijhorende teksten op
- Verzamelt informatie over de interactie op de gebruikte platformen
- Formuleert verbetervoorstellen voor de interactie van de gebruikte platformen
- Doet voorstellen voor het gebruik van nieuwe platformen
- Bespreekt de voorstellen voor de optimalisatie van sociale netwerken van de organisatie

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van branding
- Kennis van community management
- Kennis van desktoppublishing (DTP)
- Kennis van digitale communicatie

- Kennis van grafisch productieproces
- Kennis van informatierecht
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van mediakenmerken
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van social media analyse tools
- Kennis van sociale media
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van procesanalyse
- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van projectbeheer
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing
- Grondige kennis van content marketing
- Grondige kennis van SEO
- Grondige kennis van Google Ads

Competentie 14:

Onderhoudt een professioneel netwerk

- Wisselt kennis uit met collega's
- Legt en onderhoudt contacten met mogelijke partners
- Bezoekt beurzen, salons...
- Bouwt een netwerk uit op sociale media

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van administratief beheer
- Kennis van community management
- Kennis van desktoppublishing (DTP)
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van geomarketing
- Kennis van grafisch productieproces

- Kennis van informatierecht
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van mediakenmerken
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multichannel management
- Kennis van multichannel marketing
- Kennis van multimedia-opmaak software
- Kennis van publiciteitstechnieken (keuze van media, dragers, ...)
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van sociale media
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van communicatietechnieken

Competentie 15:

Ontwikkelt permanent de eigen deskundigheid

- Informeert zich over de ontwikkelingen in de vakgebieden van marketing en sales
- Identificeert de behoefte aan verdere ontwikkeling in relatie tot andere vakgebieden
- Volgt nieuwe evoluties op in relatie tot andere vakgebieden
- Verwerft nieuwe kennis en vaardigheden in relatie tot andere vakgebieden
- Blijft op de hoogte van trends en ontwikkelingen
- Deelt verworven kennis met medewerkers en collega's van andere departementen

Met inbegrip van kennis:

- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige

mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.

- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van ICT
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van rapporteringstechnieken
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken

2.2. Beschrijving competenties adhv de descriptorelementen

2.2.1. Kennis

- Kennis van administratief beheer
- Kennis van branding
- Kennis van community management
- Kennis van datamining
- Kennis van desktoppublishing (DTP)
- Kennis van digitale communicatie
- Kennis van e-mailsysteem
- Kennis van geomarketing
- Kennis van Google analytics
- Kennis van grafisch productieproces
- Kennis van indicatoren voor activiteitenmonitoring
- Kennis van informatierecht
- Kennis van informatiespreiding via sociale media
- Kennis van kantoorsoftware
- Kennis van Key Performance Indicators (KPI)
- Kennis van mediakenmerken
- Kennis van mobile marketing
- Kennis van multichannel management
- Kennis van multichannel marketing
- Kennis van multimedia-opmaak software
- Kennis van online verkoop
- Kennis van principes voor het opstellen van een actieplan
- Kennis van publiciteitstechnieken (keuze van media, dragers, ...)
- Kennis van redactionele normen
- Kennis van regelgeving e-commerce
- Kennis van social media analyse tools
- Kennis van sociale media
- Kennis van sociologie (consumentengedrag, groepsgedrag...)
- Kennis van software 3D-modellering
- Kennis van software voor databankbeheer
- Kennis van software voor het opstellen en analyseren van vragenlijsten
- Kennis van verkooptechnieken
- Kennis van webmarketing

- Kennis van webredactie
- Kennis van wetenschappelijke onderzoeksmethodes
- Kennis van Frans: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Engels: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van Duits: zich redden in de meeste situaties die kunnen optreden op het werk zoals de belangrijkste punten begrijpen uit mondelinge en schriftelijke standaardteksten over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk en eenvoudige mondelinge en schriftelijke teksten produceren over vertrouwde zaken die regelmatig voorkomen op het werk.
- Kennis van technieken voor het leiden van een team
- Kennis van ICT
- Kennis van bedrijfsadministratie
- Kennis van zakelijk communicatie
- Kennis van rapporteringstechnieken
- Kennis van procesbeheer
- Kennis van procesanalyse

- Grondige kennis van (digitale) marketing
- Grondige kennis van E-commerce
- Grondige kennis van online marketing
- Grondige kennis van projectbeheer
- Grondige kennis van search engine marketing (SEM)
- Grondige kennis van sociale media marketing
- Grondige kennis van software voor klantenbeheer (CRM)
- Grondige kennis van statistische analyse
- Grondige kennis van statistische software
- Grondige kennis van communicatietechnieken
- Grondige kennis van marketingprincipes
- Grondige kennis van marketingtechnieken
- Grondige kennis van e-mail marketing en video marketing
- Grondige kennis van content marketing
- Grondige kennis van SEO
- Grondige kennis van Google Ads

2.2.2. Vaardigheden

Cognitieve vaardigheden

- Analyseert de functionaliteiten en eigenschappen van het product of de dienst (materialen, met welke processen komt het tot stand, kostprijs, design, mogelijke alternatieven, ...)
- Analyseert indicatoren die de merkwaarde bepalen (loyaliteit van klanten aan het merk, merkbekendheid, gepercipieerde kwaliteit, merkassociaties, ...)

- Raadpleegt marktonderzoeksrapporten, vaktijdschriften, nieuwsbrieven van brancheorganisaties, internetforums, ...
- Analyseert de merkpositionering
- Formuleert de merkbelofte vanuit de merkpositionering en de merkwaarden
- Analyseert per doelgroep, productcombinatie, marktcombinatie, kanaal en locatie differentiaties
- Analyseert demografische indicatoren (leeftijd, geslacht, etniciteit, locatie, ...)
- Analyseert sociaal-economische indicatoren (opleiding, inkomen, beroep, gezinssamenstelling, ...)
- Analyseert referentiegroepen (vrienden, leeftijdsgenoten, bekende mensen, ...)
- Analyseert economische indicatoren (economische conjunctuur, arbeidsmarktsituatie, consumentenvertrouwen, ...)
- Maakt een analyse van de profielen van de potentiële doelgroep(en)
- Zoekt naar relaties tussen de parameters in de klanten- of prospectenprofielen en verkoopcijfers
- Segmenteert klanten- of prospectenprofielen volgens bedrijfsgrootte, omzet, winst, toegevoegde waarde, aantal werknemers, leeftijd van het bedrijf, de groeisnelheid, ...
- Verzamelt informatie over de verwachtingen/wensen van de campagnedoelgroep(en)
- Verzamelt informatie over marktontwikkelingen en productontwikkelingen
- Stemt de doelen en de doelgroep(en) van de campagne af met de marketingmanager
- Waakt over de positionering van het product of merk
- Selecteert de in te zetten marketingcommunicatiekanalen voor de campagne rekening houdend met de gebruiksprofielen van elke mediatype.
- Houdt rekening met bestaande marketingcampagnes
- Overloopt het voorstel met de marketingmanager
- Analyseert het gebruik van sociale media van de doelgroep
- Volgt de actualiteit en evoluties op
- Gebruikt sociale media(toepassingen) om communicatiedoelstellingen te realiseren
- Stelt monitorings- en procesparameters op om de voortgang te evalueren
- Analyseert statistieken voor digital media en mobiele toepassingen
- Volgt trends op internetfora en sociale media
- Raadpleegt informatiebronnen (internet, sociale media, ...)
- Schrijft of selecteert teksten en artikels
- Integreert beeldmateriaal, geluidsopnames en/of objecten
- Controleert de kwaliteit van de informatie
- Verzamelt informatie over het gebruik van de website
- Houdt de website actueel
- Werkt samen met andere afdelingen en (externe) webdesigners voor een nieuwe website
- Ondersteunt de opmaak en structuur van een nieuwe website
- Bepaalt het doel van de pagina
- Zorgt voor een duidelijke call-to-action
- Voert A/B testen uit
- Personaliseert de pagina
- Zorgt voor een eenvoudig en kort conversieproces
- Integreert user generated content
- Gebruikt remarketing om eerdere bezoekers en vergelijkbare doelgroepen te bereiken
- Gebruikt verschillende kanalen om met de doelgroep in contact te komen (mailings, telemarketing, websites, sociale media, ...)
- Coördineert de activiteiten en de uitvoeringsfasen van het project
- Coördineert de dagelijkse activiteiten, het overleg en de samenwerking tussen de verschillende afdelingen
- Bepaalt de inhoud van een communicatie(project)

- Stemt inhoud en vorm af op de kenmerken van de organisatie
- Presenteert informatie op een manier die belangstelling wekt
- Structureert teksten, formuleert kernachtig
- Integreert reeds bestaand materiaal
- Stelt een actieplan op voor de publicatie van posts op social media
- Kiest, indien nodig, beeldmateriaal, geluidsopnames en/of objecten
- Stelt, indien nodig, bijhorende teksten op
- Verzamelt informatie over de interactie op de gebruikte platformen
- Wisselt kennis uit met collega's
- Legt en onderhoudt contacten met mogelijke partners
- Bezoekt beurzen, salons...
- Bouwt een netwerk uit op sociale media
- Maakt een rapport op basis van de analyse
- Maakt een syntheserapport met alle bevindingen uit de analyses
- Stelt het actieplan op
- Volgt de uitwerking van het actieplan op
- Stelt een planning op en past ze aan wijzigende omstandigheden aan
- Bespreekt de verbetervoorstellen/alternatieven voor de optimalisatie van het bereiken van de doelgroep van een marketingcampagne met de marketing manager
- Informeert, begeleidt, stuurt en motiveert (nieuwe) medewerkers
- Zoekt naar oplossing/alternatieven bij problemen tijdens het leiden van de e-mailcampagne
- Informeert zich over de ontwikkelingen in de vakgebieden van marketing en sales
- Volgt nieuwe evoluties op in relatie tot andere vakgebieden
- Verwerft nieuwe kennis en vaardigheden in relatie tot andere vakgebieden
- Blijft op de hoogte van trends en ontwikkelingen
- Deelt verworven kennis met medewerkers en collega's van andere departementen
- Verdeelt taken en verantwoordelijkheden
- Controleert de uitvoering van de opdrachten en het naleven van procedures
- Organiseert en leidt teamvergaderingen

Probleemoplossende vaardigheden

- Formuleert voorstellen ter verbetering van het merk, dienst of product o.b.v. de analyseresultaten
- Formuleert voorstellen ter verbetering van het merk, dienst of product o.b.v. de analyseresultaten
- Bespreekt het rapport en de verbetervoorstellen met de marketing manager
- Evalueert het resultaat van de ondernomen acties
- Formuleert verbetervoorstellen/alternatieven voor het bereiken van de doelgroep van een marketingcampagne
- Formuleert voorstellen ter optimalisatie van het gebruik van sociale media-toepassingen
- Bespreekt het rapport en de verbetervoorstellen voor het gebruik van sociale media-toepassingen met de marketing manager
- Formuleert verbetervoorstellen/alternatieven voor een campagne o.b.v. de vaststellingen
- Bespreekt de voorstellen/alternatieven met de marketing manager
- Bespreekt het rapport en de voorstellen/alternatieven met de marketing manager
- Merkt problemen of verbeterpunten op
- Formuleert voorstellen ter verbetering van de website (structuur, content, tools...)
- Bespreekt de verbetervoorstellen/alternatieven met de marketing manager
- Formuleert verbetervoorstellen voor de interactie van de gebruikte platformen
- Doet voorstellen voor het gebruik van nieuwe platformen

- Bespreekt de voorstellen voor de optimalisatie van sociale netwerken van de organisatie
- Identificeert de behoefte aan verdere ontwikkeling in relatie tot andere vakgebieden

Motorische vaardigheden

-/

2.2.3. Context

Omgevingscontext

- Dit beroep wordt hoofdzakelijk uitgeoefend in een kantooromgeving
- Het wordt overwegend uitgeoefend in een dag-systeem
- De werkdruk kan variëren en pieken bereiken naargelang de noden van en de situatie in het bedrijf/project.
- De beroepsuitoefening varieert naargelang de grootte van het bedrijf en volgens de bedrijfsactiviteiten.
- De uitvoering van dit beroep vraagt afstemming met de betrokken afdelingen in functie van een optimaal product en proces.
- Dit beroep wordt eerder in een abstracte, conceptuele, wisselende context uitgeoefend.
- Binnen dit beroep is het werken in team en een doeltreffende communicatie essentieel.
- Voor een goede uitvoering van het beroep is multidisciplinair werken en overleg noodzakelijk
- In sommige gevallen is bedrijfsoverstijgende samenwerking wenselijk
- Werken met de nodige flexibiliteit (ook wat de werktijden betreft) en polyvalentie is vereist
- De uitoefening van het beroep vraagt leergierigheid, creativiteit en diplomatie
- De beroepsuitoefening is gebonden aan normen en reglementering inzake veiligheid, gezondheid, hygiëne, welzijn, milieu en vestiging.
- Voor de uitoefening van het beroep is flexibiliteit noodzakelijk zodat procedures en processen kunnen aangepast worden naargelang de situatie.
- De beroepsbeoefenaar moet prioriteiten kunnen stellen en, indien nodig, opdrachten doorgeven en opvolgen
- De vaardigheden zijn onderhevig aan evoluties.
- Houdt steeds rekening met de nationale en/of internationale bedrijfspolicy
- De medewerkers en collega's van andere departementen doen beroep op de competenties van de marketing coördinator bij het uitvoeren van hun opdrachten.
- De beroepsbeoefenaar moet kunnen omgaan met een steeds veranderende omgeving
- Het uitvoeren van de marketingstrategie kan een complexe vorm aannemen

Handelingscontext

- De beroepsbeoefenaar dient tijdens de uitvoering van de opdracht zorgvuldig en vertrouwelijk te werken.
- Respekteert de tijdsschema's voor de realisatie van de projecten en past deze aan bij problemen.
- Voert regelmatig overleg met collega's en partners van de verschillende departementen.
- Bouwt netwerken uit en onderhoudt deze
- Werkt steeds doelgericht
- Werkt efficiënt, kwaliteitsvol, ethisch en handelt integer in alle omstandigheden.
- Handelt economisch en ecologisch

- Handelt volgens de wetgeving en het marketingstrategie van de organisatie.
- Efficiënt communiceren met leidinggevende(n), collega's, personeel, sollicitanten en externe dienstverleners.
- De beroepsbeoefenaar is sociaal vaardig en stelt zich empathisch en positief assertief op
- Het coördineren van marketingprojecten/-acties en beheren van databases vraagt nauwgezet werken, en opvolging en bijsturingen.
- Gaat discreet om met informatie
- Is leergierig en bereid om zaken anders aan te pakken
- Het coördineren van marketingprojecten/-acties vraagt een analytische aanpak
- De beroepsbeoefenaar werkt oplossings- en doelgroepgericht
- Kan omgaan met plotse veranderingen en verscheidene taken tegelijk uitvoeren
- Voelt aan welke informatie (intern en extern) een impact kan hebben op de activiteiten van de organisatie
- De beroepsbeoefenaar bepaalt autonoom de planning van zijn taken rekening houdend met deadlines en middelen
- Moet constructief, stressbestendig en flexibel omgaan met wisselende contexten, eisen, omstandigheden, vereisten, gebeurtenissen, ...
- Voelt aan welke informatie (intern en extern) een impact kan hebben op de activiteiten van de organisatie
- Kan omgaan met plotse veranderingen en verscheidene taken tegelijk uitvoeren

2.2.4. Autonomie

Is zelfstandig in

- Het onderzoeken van een product, dienst of merk
- Het onderzoeken van het klantengedrag
- Het ondersteunen in het bepalen van doelgroepen en segmentatie
- Het beheren van de uitwerking van het actieplan per marketingcampagne.
- Het uitdenken van interne en externe communicatieprojecten in samenwerking met de verschillende afdelingen (sales, productie, marketing...).
- Het optimaliseren van het bereik van de doelgroep van een marketingcampagne
- Het inzetten van sociale media-toepassingen in professionele processen, naamsbekendheid, employer branding...
- Het ontwikkelen van campagne-indicatoren
- Het onderzoeken van (digitale) media interacties
- Het beheren van de website
- Het verbeteren van de conversie
- Het leiden van een e-mailcampagne
- Het beheren van de sociale netwerken van de organisatie
- Het onderhouden van een professioneel netwerk
- Het permanent ontwikkelen van de eigen deskundigheid

Is gebonden aan

- vooropgestelde timing voor de uitvoering van 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 voor afstemming van geïnitieerde projecten/acties.
- het team/collega's voor afstemming/afspraken van de uit te voeren projecten/acties.
- externe marketingdienstverleners om projecten te realiseren.
- de verantwoordelijke indien problemen niet zelf op te lossen zijn

2.2.5. Verantwoordelijkheid

- Onderzoekt een product, dienst of merk
- Onderzoekt het klantengedrag
- Ondersteunt in het bepalen van doelgroepen en segmentatie
- Beheert de uitwerking van het actieplan per marketingcampagne
- Denkt interne en externe communicatieprojecten uit in samenwerking met de verschillende afdelingen (sales, productie, marketing...)
- Optimaliseert het bereik van de doelgroep van een marketingcampagne
- Zet sociale media-toepassingen in in professionele processen, naamsbekendheid, employer branding...
- Ontwikkelt campagne-indicatoren
- Onderzoekt (digitale) media interacties
- Beheert de website
- Verbeterd de conversie
- Leidt een e-mailcampagne
- Beheert de sociale netwerken van de organisatie
- Onderhoudt een professioneel netwerk
- Ontwikkelt permanent de eigen deskundigheid

2.3. Attesten en voorwaarden

Er zijn geen wettelijke attesten of voorwaarden vereist.

Gezien om gevoegd te worden bij het besluit van de Vlaamse Regering van ...
tot erkenning van de beroepskwalificatie marketing coördinator (BK-0572-1).

Brussel,

de minister-president van de Vlaamse Regering,

Jan JAMBON

de Vlaamse minister van Economie, Innovatie, Werk, Sociale economie en Landbouw,

Hilde CREVITS

de Vlaamse minister van Onderwijs, Sport, Dierenwelzijn en Vlaamse Rand,

Ben WEYTS