

Vak: Marketing Onmi Channel 2

credits: 2

Vakcode	ONVA19MOC2
Naam	Marketing Onmi Channel 2
Studiejaar	2022-2023
ECTS credits	2
Taal	Engels
Coördinator	J.G. Wittmaekers

Werkvormen	Werkcollege
Toetsen	Marketing Onmi Channel 2 - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Competencies:

- Innoveren: initieert nieuwe ideeën, realiseert op creatieve wijze vernieuwingen en benut daarbij de mogelijkheden op het gebied van technologie.
- Waardecreatie: creëert duurzame en commerciële waarde gericht op de wensen en behoeften van klanten en overige stakeholders. Hij doet dat op basis van ontwikkelingen in de (inter)nationale omgeving.
- Resultaatgericht handelen: toont verantwoordelijkheid en doorzettingsvermogen en neemt besluiten om de beoogde resultaten te bereiken. Hij past zich daarbij gemakkelijk aan veranderende omstandigheden aan en durft risico's te nemen.
- Leiderschap: straalt passie en beleving uit, pakt de regie in teamverband en mobiliseert anderen vanuit de waarden en de cultuur van de onderneming.
- Managen & Organiseren: geeft vorm en inhoud aan de bedrijfsvoering en zet hierbij de klant centraal.
- Samenwerken & Netwerken: levert in groepsverband een actieve en inhoudelijk bijdrage aan de beoogde resultaten en het groepsproces. Hij bouwt een netwerk van relaties op.
- Onderzoekend vermogen: toont in zijn werkwijze een nieuwsgierige en kritische houding. Hij hanteert een passende onderzoeksaanpak die resulteert in bruikbare resultaten.
- Analytisch vermogen: analyseert situaties en data op systematische wijze. Hij stuurt op prestatie-indicatoren.
- Lerend vermogen: ontwikkelt zichzelf persoonlijk en professioneel door visie, reflectie en feedback.
- Communiceren: communiceert overtuigend en kan dit in tenminste één vreemde taal. Hij benut op effectieve wijze diverse communicatiemiddelen afgestemd op de doelgroep.

Leeruitkomsten:

De student leert analyseren en interpreteren. De groepsopdracht verbeterd de kundigheid om samen te werken, en toch oog te houden voor de eigen (deel)verantwoordelijkheid.
Leeruitkomsten 1,4,5,6 en 7 worden hiermee met name gerealiseerd.

Inhoud

Niveau:

Verdiepend

Inhoud:

Omnichannel marketing is de naadloze integratie van branding, communicatie en on en off-line touchpoints die de consumenten tegenkomen en stimuleren om de online marketing funnel te doorlopen met als doel betere en sterkere klantervaringen te realiseren.

Omnichannel marketing is een consumer-centric strategie, wat inhoudt dat in alle keuzes en stappen de consument centraal staat. Consumenten interacteren via een verscheidenheid aan kanalen met merken (social, web, print, mobile, live winkels, service centra). Een omnichannel aanpak verzekert de consument van een consistente, positieve klantervaring in elk kanaal door:

- Consistente en herkenbare merkbeleving
- Gepersonaliseerde messaging gebaseerd op persoonlijke interesses
- Content (tekst, beeld, video) die is ingegeven op basis van eerdere interacties tussen klant en merk in de verschillende fases van klantreis

Een herkenbare merkbeleving zorgt voor vertrouwen en gepersonaliseerde communicatie maakt dat dialogen relevant zijn en aansluiten bij de fase waarin de klant zich bevindt.

Dit alles hebben we geleerd in OmniChannel 1 aan de hand van het eigen bedrijf. In deze periode vinden Black Friday en Kerst plaats. 2 momenten die voor merken een goede kans vormen om hun klanten te verleiden tot meer aankopen. Daarbij worden de campagneperiodes afzonderlijk beoordeeld, en ten opzichte van elkaar. Ook wordt het perspectief van de klant en zijn mogelijke klantervaring beoordeeld. Goede punten binnen de omnichannel strategie worden beoordeeld en verbeterpunten worden aangereikt. Hierbij wordt het merk ook afgezet ten opzichte van directe concurrenten. Daarnaast geeft de student een reflectie en geeft hij of zij weer welke *learnings* eventueel ook toegepast kunnen worden in het eigen bedrijf.

Studiemateriaal:

Voor de meest recente informatie zie de boekenlijst op intranet: hanze.nl/Ondernemen of de blackboard course.

Opgenomen in opleiding(en)

Associate degree Ondernemen

School(s)

Instituut voor Business, Marketing en Finance

share your talent. move the world.