



## Ace! Management Partners

Training • Coaching • Consulting • Interim Management



Den Haag • Amsterdam • Den Bosch • Rotterdam  
Zwolle • Utrecht • Arnhem • Amersfoort • Breda  
Eindhoven • Maastricht • Brussel • Antwerpen

## Ace! Personal Training



Ace! trainers investeren permanent in vakkennis en zijn daardoor trendzettend in:

- Accountmanagement en acquisitie
- Burn-out preventie
- Call centers, inbound en outbound
- Commerciële slagkracht
- Communicatievaardigheden
- Competentiemodellen
- HRM en personeelsmanagement
- Internet als commerciële tool
- Management en leiding geven
- Marketing en webmarketing
- Persoonlijke effectiviteit
- Productmanagement
- Projectmanagement
- Salesmanagement
- Train de trainer
- Verkoopvaardigheden



**Inhoudsopgave**

|   |    |
|---|----|
| INHOUDSOPGAVE.....  | 2  |
| ACE! PERSONAL TRAINING® - UITLEG VAN DE TRAININGSVORM.....        | 3  |
| ALTIJD MAATWERK.....  | 3  |
| FLEXIBELE PLANNING.....   | 3  |
| KENMERKEN PERSONAL TRAINING.....                                  | 3  |
| TRAININGSNIVEAUS.....   | 3  |
| ACE! PERSONAL TRAINING® VERSUS TRAINING IN OPEN INSCHRIJVING..... | 4  |
| ACE! COACHINGPANEL®.....  | 4  |
| CONDITIES ACE! PERSONAL TRAINING®.....                            | 4  |
| OPERATIONELE MARKETING.....                                       | 5  |
| MARKETINGPLANNEN.....   | 7  |
| COMMUNICATIE- EN MEDIAPLANNEN.....                                | 9  |
| PERSBERICHTEN.....  | 10 |
| MARKETING VAN DIENSTEN.....                                       | 11 |
| PULLACQUISITIE MARKETING - PAMA® NEW BUSINESS.....                | 12 |
| PULLMARKETING OP WEBSITES.....                                    | 14 |
| PUSHACQUISITIE - DIRECT MARKETING.....                            | 16 |
| E-MAILMARKETING IN DE PRAKTIJK.....                               | 18 |
| ZOEKMACHINEMARKETING EN -OPTIMALISATIE.....                       | 20 |
| BALANCED SCORECARDS MARKETING.....                                | 22 |
| LEIDING GEVEN AAN EEN MARKETINGAFDELING.....                      | 24 |
| STRATEGISCHE MARKETING.....                                       | 26 |
| CUSTOMER RELATION MANAGEMENT.....                                 | 27 |
| COACHING ON THE JOB.....  | 28 |
| MAATWERKTRAINING, IN OVERLEG.....                                 | 29 |

## Ace! Personal Training® - Uitleg van de trainingsvorm

De 4 grote voordelen van personal training:

- De Ace! trainers investeren permanent in vakkennis en zijn daardoor altijd trendzettend
- Personal training is altijd een betere optie dan een generieke groepstraining in open inschrijving
- 50% kostenbesparing: aan een personal training kan altijd gratis een 2<sup>e</sup> cursist deelnemen, de investering blijft gelijk
- 50% tijdswinst: personal training vergt de helft van het aantal trainingsdagen ten opzichte van een training in open inschrijving

Alle Ace! trainingen kunnen gevolgd worden in de vorm van een personal training. Feitelijk is dat een incompany opleiding met één trainer en 1 of 2 deelnemers. Dit is de meest effectieve manier van trainen. De deelnemer heeft de volledige aandacht van de trainer en die kan de inhoud van het programma geheel toespitsen op de wensen en het kennisniveau van de cursist. Ace! Personal Training® is altijd een betere oplossing dan een training in open inschrijving, waarin moet worden uitgegaan van de grootste gemene deler, en waar weinig ruimte is voor uw eigen praktijk. Personal trainingen kunnen gegeven worden binnen uw eigen organisatie of in één van de Ace! trainingslocaties.

### Altijd maatwerk

Voor de training houden we een telefonisch intake interview waarin we aansluiting realiseren tussen de training, uw vraagstelling en de kennis en ervaring van de cursist, eventuele voorbereidende individuele opdrachten voor de cursist formuleren en de trainingsdoelen stellen. Er vindt dus een nauwkeurige fine tuning op de praktijksituatie en het niveau van de cursist plaats. De inhoud van de training wordt precies toegespitst op uw vraagstelling: onderwerpen worden toegevoegd of weggelaten en maatwerk is mogelijk.

### Flexibele planning

U kiest zelf de trainingsdata waarop u het programma wilt volgen, van maandag tm zaterdag. Aaneengesloten dagen, in blokken of juist bewust gespreid over een langere periode. Trainingstijden 0830-1530 of 1300-2000, losse avondsessies zijn ook mogelijk (1730-2030). Er is geen meerprijs voor training in avonden of op zaterdagen.

Een personal training gaat ook altijd door, terwijl dat bij een andere training in open inschrijving vaak onzeker is door afhankelijkheid van het aantal deelnemers dat voor het programma ingeschreven wordt

### Kenmerken personal training

- Bij de voorbereiding, uitvoering en opvolging wordt het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® toegepast
- Er is een vrije keuze van de trainingsfocus:
  - Mindset, vaardigheden, werkwijze
  - Een combinatie daarvan
- Er is een vrije definitie van trainingsdoelen en deze doelen worden achteraf ook gemeten
- Personal trainingen kennen een hoog interactieniveau met de cursist:
  - Discussie over de leerstof zelf
  - Oefening van de leerstof in de training
  - Aandacht voor de toepassing van de leerstof in de eigen praktijk
- In een trainingstraject kunnen een aantal evaluatiemomenten ingepland worden
- Een training kan worden afgesloten met een examenpresentatie of een schriftelijk examen
- Er kunnen voorbereidende opdrachten voor de cursist gedefinieerd worden
- Voor de periode tussen trainingsdagen kunnen opdrachten geformuleerd worden
- Er kunnen praktijkopdrachten voor na de training geformuleerd worden
- Deelnemers ontvangen een syllabus in kleur (print of PDF)
- In de meeste trainingen zijn rollenspellen (zonder videocamera) opgenomen
- Deelnemers ontvangen een certificaat
- Er is een vrije locatiekeuze voor de training
- De trainingen worden gegeven door gecertificeerde trainers

### Trainingsniveaus

Elke Ace! Personal Training® kan gegeven worden op 3 verschillende niveaus:

- Directie en board
- Management en teamleiding
- Operationeel niveau

**Ace! Personal Training® versus training in open inschrijving**

Veel mensen denken dat personal training duur is. Dat is juist niet het geval. Dat is het trendzettende karakter van Ace! Management Partners:

- Bij één cursist is de prijs gelijk aan een training in open inschrijving
- Bij twee cursisten bedraagt de prijs 50% ten opzichte van dubbele open inschrijving
- Personal training vergt daarnaast de helft van het aantal dagen ten opzicht van een open inschrijving

Een rekenvoorbeeld:

**Personal training:**

- Een 4-daagse groepstraining open inschrijving duurt in personal training slechts 2 dagen
- Volledig af te stemmen op de ervaring en het kennisniveau van de individuele cursist
- Volledig af te stemmen op de branche van de specifieke opdrachtgever
- Volledige aandacht voor de vragen en de feedback van 1 of 2 personen
- Intensieve 1 op 1 oefeningen
- Afgestemd op de eigen trainingsdoelen
- Incompany, dus geen extra reistijd en –kosten
- U kunt zelf de data en tijden kiezen en de training gaat ook altijd door
- Prijsstelling:

|                                |          |
|--------------------------------|----------|
| Indicatie dagtarief, excl. btw | € 1200,- |
| Benodigd aantal dagen          | 2, 50%   |
| Prijsvoorbeeld                 | € 2400,- |
| Investering per persoon        | persoon  |
| Meerprijs 2e cursist           | € 0,-    |

**Open inschrijving:**

- Training in open inschrijving duurt bijvoorbeeld 4 dagen
- Grootste gemene deler voor verschillende cursisten, algemene trainingsdoelen
- Grootste gemene deler voor verschillende branches, algemene trainingsdoelen
- De aandacht moet worden verdeeld over alle 6-10 cursisten
- Veel wachttijd door oefeningen van anderen
- Algemene trainingsdoelen
- Extern, vaak extra reistijd en –kosten
- Doorgaan is afhankelijk van het aantal inschrijvingen en daardoor onzeker
- Prijsstelling:

|                                |          |
|--------------------------------|----------|
| Indicatie dagtarief, excl. btw | € 600,-  |
| Benodigd aantal dagen          | 4, 100%  |
| Prijsvoorbeeld                 | € 2400,- |
| Investering per persoon        | persoon  |
| Meerprijs 2e cursist           | € 2400,- |

Voor een personal training is dus de helft van de tijd nodig in verhouding tot een groepstraining (incompany of open inschrijving). De investering voor personal training voor één persoon komt daardoor op gelijke hoogte met een training in open inschrijving.

De tijdswinst wordt gerealiseerd door het feit dat de trainingsstof met 1 of 2 cursisten geoefend wordt, in plaats van met 6-10 personen. Daarnaast hoeft de trainer geen aandacht te besteden aan feedback en vragen van 6-10 verschillende personen.

**Ace! Coachingpanel®**

Cursisten kunnen tot 6 maanden na de training kosteloos vragen stellen over de toepassing van de leerstof in het Ace! Coachingpanel op de website. De vragen worden beantwoord door de trainer die de bewuste cursist getraind heeft. Cursisten krijgen ook permanente toegang tot de Ace! Kennisbase op de website. U ontvangt de toegangscode tijdens de training.

Drie tot zes maanden na de training kan er een optionele updatesessie ingepland worden.

**Conditie Ace! Personal Training®**

De in offertes, flyers en datasheets genoemde prijzen zijn inclusief: intake interview, voorbereidingskosten, managementrapportage, syllabus in kleur, trainingcertificaten en de reiskosten van de trainer. De prijzen zijn exclusief: eventuele externe locatiehuur, catering en drankjes, reis- en/of overnachtingkosten van de cursisten, kosten voor informele activiteiten of events, opvolgende coachingsessie(s) en 19% BTW. Op alle transacties zijn gedeponeerde leveringsvoorwaarden van toepassing. Op verzoek sturen we u deze graag toe.

## Operationele marketing

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Operationele marketing  |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 2 dag(en)   |
| Investering    | € 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Optioneel, 1 dag, € 1125,- excl. BTW                            |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

Na deze training zijn de deelnemers in staat:

- Om zelfstandig als marketingcommunicator te functioneren.
- De commerciële mogelijkheden die daardoor ontstaan, optimaal te benutten.

In deze training *operationele marketing* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Het marketingplan:
  - Waarom je een marketingprogramma nodig hebt
  - Basisstrategie van marketing
  - Imago en identiteit
  - Budgetten
  - De productcyclus
  - Communicatieplan, reclameplan en mediaplanning
- Technische vaardigheden die je nodig kunt hebben:
  - Marketingcommunicatie
  - Schrijven en ontwerpen
  - Marktonderzoek
  - Huisstijl
- Het marketingplan uitvoeren:
  - Kosten versus budget
  - Merknamen
  - Zoekmachine marketing
  - Marketing via e-mail
  - Marketing op het web
  - Drukwerkreclame en advertenties
  - Reclame op radio en televisie
  - Buitenreclame: aanplakborden, spandoeken, uithangborden en meer
  - Publiciteit, premiums en mond-tot-mondreclame
  - Evenementen en beurzen
  - Prijsstelling en promotiecampagnes
  - Producten ontwikkelen, benoemen en beheren
  - Verpakking en etikettering
  - Distributie, detailhandel en het verkooppunt
  - Belangrijke zaken op het gebied van verkoop en service
  - Direct marketing
  - Prijsstelling en promotiecampagnes
  - Subjectieve prijsbeleving
- Het deel van de tientallen:
  - Manieren om geld te besparen in marketing
  - Tien veelvoorkomende marketingfouten
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: schriftelijke communicatie.
- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Leiding geven*: plannen en organiseren, voortgangsbewaking.
- *Analyse en besluitvorming*: omgevingsbewustzijn, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.

## Marketingplannen

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Marketingplannen  |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 2 dag(en)   |
| Investering    | € 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Optioneel, 1 dag, € 1125,- excl. BTW                            |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

In het marketingplan staat hoe de omzet van een bepaalde productgroep omhoog moet, met welke producten en welke doelgroepen bereikt moeten worden. Aan de hand van het marketingplan kan er later een communicatie- en mediaplan worden gemaakt.

Inhoud van de training *marketingplannen*:

- Executive summary
- Doelstellingen
- Analyse van de situatie:
  - Marktafbakening
  - Interne analyse
  - Afnemersanalyse
  - Afzetkanalen, homogene groepen
  - Bedrijfstakinganalyse
  - Concurrentieanalyse:
    - 5-forcesmodel
    - Informatiepariteit, informatievoordeel of informatienadeel
  - Productcyclus
  - SWOT-analyse nav de situatieanalyse:
    - Converting strategies
    - Matching strategies
- Marketingdoelstellingen
- Marketingstrategie:
  - Groeistrategieën van Ansoff:
    - Marktpenetratie
    - Marktontwikkeling
    - Productontwikkeling
    - Diversificatie
  - Product-marktcombinaties, BCG-model
  - Positionering van het product: imago en identiteit
  - De P's van de marketingmix
  - De 5e P, de paarse koe
  - Subjectieve prijsbeleving
  - Merknamen
- Checklist branding
- Overzicht van het marketingprogramma:
  - Primaire marketing
  - Secundaire marketing
- Budget en budgetbewaking van het plan
- Details van het marketingprogramma
- Marktcommunicatie en marktonderzoek
- Beheer en controle van het marketingprogramma
- Verantwoordelijkheid voor de input
- Verantwoordelijkheid voor de resultaten
- Verkoopcijfers, plannen en meten
- Bijlagen bij het marketingplan:
  - Communicatieplan
  - Reclameplan
  - Mediaplanning

- Hou uw plan vooral uit de lade!
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden
- Deze training is uit te breiden met de training *operationele marketing*. Deze gaat over de daadwerkelijke uitvoering van het marketingplan.
- Deze training kan worden gevolgd door de training *communicatie- en mediaplannen*

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge presentatie, schriftelijke communicatie.
- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Leiding geven*: plannen en organiseren, voortgangsbewaking.
- *Analyse en besluitvorming*: probleemanalyse, omgevingsbewustzijn, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.



**Communicatie- en mediaplannen**

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Communicatie- en mediaplannen                                   |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 1 dag(en)   |
| Investing      | € 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Optioneel, 1 dag, € 1125,- excl. BTW                            |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

Deze training is een mogelijk vervolg op de training *marketingplannen*. Aan de hand van een marketingplan kan het communicatieplan worden geschreven. In het marketingplan staat hoe de omzet van een bepaalde productgroep omhoog moet, met welke producten en welke doelgroepen bereikt moeten worden. Aan de hand van het marketingplan kan er een communicatie- en mediaplan worden gemaakt. Hoe zorgen we ervoor dat de doelgroep het product of de dienst daadwerkelijk gaat kopen.

Inhoud van de training *communicatie- en mediaplannen*:

- Communicatieplan
- Imago en identiteit
- Checklist branding
- Productcyclus
- Marktcommunicatie en -onderzoek
- Fases van het communicatieplan
  - Marketing- of merkdoelstellingen
  - Definitie van doelstellingen
  - Doelgroep
  - Communicatiestrategie
  - Communicatiebudget
  - Communicatieboodschappen en -instrumenten
  - Evaluatie
- Mediaplan in het communicatieplan
- Fases van het mediaplan
  - Doelstellingen
  - Mediabudget
  - Mediastrategie
  - Plaatsingsschema
- Mediamix
- Reclameplan
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge presentatie, schriftelijke communicatie.
- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Leiding geven*: plannen en organiseren, voortgangsbewaking.
- *Analyse en besluitvorming*: probleemanalyse, omgevingsbewustzijn, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.

## Persberichten

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Persberichten   |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 1 dag(en)   |
| Investing      | € 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Niet noodzakelijk, maar mogelijk indien gewenst                 |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

Na de training *persberichten* zijn de deelnemers in staat om:

- Persberichten op het juiste moment en via de juiste kanalen uit te geven
- Persberichten qua inhoud goed samen te stellen
- Een pers-communicatiebeleid samen te stellen

Inhoud van de training:

- Voordelen van persberichten
- Nadelen van persberichten
- Veel gemaakte fouten
- Praktijktips
- De opbouw van een persbericht:
  - Vermelding PERSBERICHT
  - Titel
  - Inhoud
  - Vermelding EINDE
  - Noot voor de redactie
- Kort en krachtig
- Citaten
- Papier of digitaal
- Contactpersoon
- Foto's en afbeeldingen
- Welke perskanalen
- Persbeleid:
  - Strategie
  - Planning
  - Publieksgroepen
  - Doelstelling
  - Middelen
  - Media

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge presentatie, schriftelijke communicatie.
- *Ondernemen*: marktgerichtheid.
- *Analyse en besluitvorming*: cognitief en interactief leervermogen.

## Marketing van diensten

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Marketing van diensten  |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 2 dag(en)   |
| Investing      | € 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Optioneel, 1 dag, € 1125,- excl. BTW                            |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

In toenemende mate maken bedrijven gebruik van de diensten van derden: zo worden accountants en andere adviseurs ingeschakeld en wordt de bedrijfskantine verzorgd door een cateringbedrijf. Het gebruik maken van een dienst betekent in wezen dat een activiteit die het bedrijf in principe zelf zou kunnen verrichten, uitbesteed wordt aan derden. Dit verschijnsel vraagt om een aangepaste marketingaanpak voor dienstverleners.

Inhoud van de training *marketing van diensten*:

- Commerciële en niet-commerciële diensten
- Imago en identiteit
- Kernproblemen dienstensector
- Indeling naar soort dienstverleningsproces
- Indeling naar object van dienstverlening
- Relatievorm klant-leverancier
- Marketingstrategie bij dienstverlening
- Dienstverleningsconcept
- Integrale kwaliteitszorg
- Dienstenclustering
- Merken
- Diensteninnovatie
- Marketing voor non-profit-diensten
- Het dienstenmarketingplan:
  - Doelstellingen
  - Analyse van de situatie
  - Marketingstrategie
  - Details van het marketingprogramma
  - Uitvoering van het marketingplan
  - Marktcommunicatie- en onderzoek
  - Beheer van het marketingprogramma
  - Verantwoordelijkheid
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge presentatie, schriftelijke communicatie.
- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Leiding geven*: plannen en organiseren, voortgangsbewaking.
- *Analyse en besluitvorming*: probleemanalyse, omgevingsbewustzijn, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.

**Pullacquisitie marketing - PAMA® new business**

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Pullacquisitie marketing - PAMA® new business                   |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 2 dag(en)   |
| Investing      | € 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Optioneel, 1 dag, € 1125,- excl. BTW                            |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

In de PAMA® systematiek (permanent acquisitieproces marketing en accountmanagement) wordt een marketing- en accountmanagementmodel gepresenteerd dat zowel door accountmanagers als marketingmedewerkers in de dagelijkse praktijk kan worden gehanteerd en dat zorgt voor:

- Focusverlegging van pushacquisitie naar pullacquisitie bij bestaande en nieuwe klanten
- Een constante instroom van nieuwe prospects op 3 niveaus:
  1. Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  2. Interesse in het product en de materie
  3. Interesse in de materie
- Upgrading van prospects naar een hoger niveau met korte en lange termijn resultaten

In de training *Pullacquisitie marketing - PAMA® new business* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Tendens: van verkoopprocessen naar koopprocessen
- 4 acquisitiestrategieën:
  - Farming: lopende opdrachten
  - Farming: bestaande klanten
  - Hunting: nieuwe klanten
  - Hunting: nieuwe product-marktcombinaties
- Inleiding in de PAMA-systematiek, van push naar pull
- Bronnen en middelen voor acquisitie
- Keuzes en benodigde kennis bij realisatie van new business:
  - Marktsegmenten
  - Klanttypen
  - Producten
  - Product-marktcombinaties
  - Concurrentiedruk (5 forces model)
- SWOT-analyse huidige acquisitie
- Onderdelen PAMA acquisitie:
  - Meer controle over acquisitieresponse
  - 3 niveaus van contactpersonen:
    - Directie en board
    - Management en MT
    - Operationeel
  - 3 niveaus van reactie:
    - Hoge drempel: interesse in het bedrijf, het product en de materie
    - Middel drempel: interesse in het product en de materie
    - Lage drempel: Interesse in de materie
  - 3 doelstellingen per marketing- of acquisitie-uiting
  - PAMA acquisitie in 3x3x3:
    - 3 niveaus contactpersonen
    - 3 reactieniveaus
    - 3 doelstellingen per marketing- of acquisitie-uiting
  - AIVA-formule (aandacht, interesse, verlangen, actie)
  - Vertaalde USP's als marketing header
  - Contactmomenten met doelgroepen:
    - Primair
    - Secundair

- Voorbeelden van PAMA acquisitie:
  - Via websites en e-mail
  - Via reguliere marketing
  - Via advertenties in gedrukte media
  - Via persoonlijke contacten
  - Via telefonische contacten
- Het PAMA-acquisitieplan:
  - Primaire en secundaire PAMA acquisitie
  - PAMA upgrading
  - Marketing voor marketing
  - Interne marketing
- Upgrading van leads
- PAMA resultaten meetbaar maken
- Doelgroeponderscheiding:
  - Soorten organisaties
  - Soorten contactpersonen
  - Cruciale informatie vastleggen
  - De relatiedatabase aanpassen
- Focus op korte en lange termijn resultaten
- Integratie met reguliere acquisitie en marketinguitingen:
  - Het marketing- en budgetplan
  - Marketingcommunicatie
  - De product- of marketingcyclus
  - Integratie binnen conventionele marketing
- Interactie tussen sales en marketing: closed loop model
- Opvolging leads door accountmanagement, 3 actieniveaus:
  - Interesse in het bedrijf, het product en de materie
  - Interesse in het product en de materie
  - Interesse in de materie
- Implementatie van PAMA met een 5x4-plan
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge presentatie, schriftelijke communicatie.
- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Motivatie*: resultaatgerichtheid, discipline.
- *Analyse en besluitvorming*: organisatiesensitiviteit, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit.

## Pullmarketing op websites

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Pullmarketing op websites                                       |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 2 dag(en)   |
| Investing      | € 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Optioneel, 1 dag, € 1125,- excl. BTW                            |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

Veel websites van organisaties zijn weliswaar mooi gemaakt, maar bieden te weinig mogelijkheden om potentiële klanten echt te informeren en vooral ook te laten reageren. Veel bedrijven merken dan ook weinig van spontane webresponse waar verkopers mee aan de slag kunnen. Ace! deed veel onderzoek naar interactie op en via websites, en ontwierp een effectieve training. Want een website kost een aanmerkelijk bedrag, maar wat leverde het tot nu toe op?

Na deze training zijn de deelnemers in staat:

- Om websites commercieel sterk te verbeteren
- Effectieve response van webbezoekers te genereren
- Ervoor te zorgen dat er voldoende webtraffic gegenereerd wordt

In de training *pullmarketing op websites* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- 15 stappen naar een succesvolle website
- Indeling van de eerste pagina (homepage)
- Imago en identiteit
- 4 wetten van internet:
  - Navigatie over de website
  - Websurfers lezen *getrapt*
  - Ontwerp en uitstraling
  - Internet is een pullmedium
- Implementatie van AIVA
- Privacy op het internet
- Tools voor webpromotie
- Viral marketing
- Copywriting voor websites
- Response op websites:
  - Reacties genereren (lage drempel)
  - Prospects genereren (middel drempel)
  - Klanten genereren (hoogdrempelig)
  - Feedback via websites
- Gevonden worden:
  - Link popularity
  - Zoekmachines
  - Portals van derden
  - Eigen portals
- E-mail of spamm?
- Nieuwsbrieven
- Succesfactoren voor web- en maildesign
- Fouten in web- en maildesign
- Webterminologie
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: schriftelijke communicatie, samenwerken.
- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Analyse en besluitvorming*: probleemanalyse, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit.

**Pushacquisitie - Direct marketing**

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Pushacquisitie - Direct marketing                               |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 1 dag(en)   |
| Investing      | € 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Niet noodzakelijk, maar mogelijk indien gewenst                 |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

Direct marketing is niet meer de verkoopbrief met antwoordstrook van vroeger. Nieuwe media zoals het internet en de overgang van een verkopersmarkt (push) naar een kopersmarkt (pull) hebben belangrijke wijzigingen veroorzaakt in direct marketing.

Na deze training zijn de deelnemers dan ook in staat om:

- Effectieve direct marketing planmatig uit te voeren
- Naast brieven ook andere mediavormen, zoals internet en e-mail, te gebruiken
- Response te genereren op direct marketing

Inhoud van de training *direct marketing*:

- Planning & positionering van het aanbod
- Creatieve strategieën
- Business-to-business direct marketing
- Business-to-consumer direct marketing
- Directe response in:
  - Brieven, fax en e-mail
  - Gedrukte media
  - Broadcast media
  - Interactieve media
- Toepassingen
- Voordelen
- Ontwikkeling van DM-campagnes:
  - Fasen van de mailingactie
  - Doel van de mailingactie
  - Opzet mailingactie
- Planning
- Samenstelling van de mailing
- Vooraf testen
- Mailingadressen
- Werkvolgorde
- Aandacht krijgen
- Respons verkrijgen:
  - Push marketing
  - Pull marketing
- Inhoud bepalen
- Schrijven van de brieftekst
- Woord- en taalgebruik, stijl
- AIDA-structuur
- Interessant maken
- Uw afzendergegevens
- Adressering
- Personaliseren
- Afsluiting en ondertekening
- Gebruik van P.S.



- Vormgeving algemeen:
  - Kopregel en tussenkoppen
  - Gebruik van afbeeldingen
  - Lengte van de brief
  - Letters en opmaak
  - Responsmedium
  - Envelop
- Respons verwerken:
  - Begeleidende brief
  - Het aanbod waar maken en customer service
- Evalueren van een actie
- Winstgevendheid & life time
- Checklist mailingen
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: schriftelijke communicatie.
- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Leiding geven*: plannen en organiseren, voortgangsbewaking.
- *Analyse en besluitvorming*: accuratesse, cognitief en interactief leervermogen, creativiteit, visie.

**E-mailmarketing in de praktijk**

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | E-mailmarketing in de praktijk                                  |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 1 dag(en)   |
| Investing      | € 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Niet noodzakelijk, maar mogelijk indien gewenst                 |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

E-mail is een goedkoop en snel medium om grote aantallen klanten of prospects te bereiken:

- Maar hoe gaat u daar precies mee om?
- Wat kunt u doen met e-mail?
- Hoe gebruikt u dit kostenefficiënte medium met een optimaal resultaat!

In deze training *e-mailmarketing in de praktijk* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- E-mail algemeen:
  - Bezorging binnen een aantal seconden
  - Hoge penetratiegraad bij lage kosten
  - Gepersonaliseerde e-mails
  - Meetbaarheid van resultaat
  - Informele communicatie
- Gebruik van e-mail:
  - Europese telecommunicatiewet 2004 (spam)
  - Brede toepasbaarheid
  - De klantlevenscyclus en de toepasbaarheid van e-mail
  - Effectiviteit van online middelen vergeleken
  - Wat verwacht de klant van e-mailings?
  - Keuze voor push of pull marketing
- E-mailingen in de praktijk:
  - Opzetten van een e-maillijst
  - Opt-in: toestemming om te mailen
  - Opt-out: verwijderen van de verzendlijst
  - Viral marketingtechnieken: member-get-member
  - Uitvoeren van een e-mailing
  - Opmaak van een e-mail
  - Imago en identiteit
- Verschillende verschijningsvormen:
  - Vormen van e-mail voor klantenbinding:
    - Customer Relationship E-mail
    - Corporate newsletter
    - Reminder service
  - Vormen van klantenwerving met e-mail:
    - Reactiemogelijkheden op een e-mail:
      - Hoogdrempelig
      - Laagdrempelig
    - Permission list marketing
    - Sponsored newsletter
    - Sponsored discussion list
    - Advocacy marketing of viral marketing
    - Partner co-marketing
    - Informatie-updates

- Response op e-mailingen:
  - Meetbaarheid
  - Informatievragen
  - Bestellingen
  - Automatische response
  - Verzoeken tot verwijdering
- Kosten en opbrengsten:
  - Kosten vergeleken
  - Opbrengsten gemeten
  - Click through ratio
  - Buy through ratio
- Actieplan implementatie e-mailmarketing
- Samenvattend: een strategisch communicatiemiddel
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: schriftelijke communicatie.
- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Analyse en besluitvorming*: probleemanalyse, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit, visie.

**Zoekmachinemarketing en -optimalisatie**

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Zoekmachinemarketing en -optimalisatie                          |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 1 dag(en)   |
| Investing      | € 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Niet noodzakelijk, maar mogelijk indien gewenst                 |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

Ace! deed veel onderzoek naar de werking van zoekmachines. Indien u zoekt binnen Google dan eindigt Ace! op een flink aantal zelf gekozen keywords geheel bovenaan (probeer eens: accountmanagement, accountplannen, productmanagement, projectmanagement, verzuimbegeleiding, beoordelingsgesprekken, competentiemodel). En deze keywords zijn niet gekocht! In deze training leren we u hoe u dit ook voor uw bedrijfswebsite kunt realiseren.

Hoewel er natuurlijk technische aspecten aan een website hangen is de insteek van dit programma voornamelijk commercieel. De nadruk ligt op het bereiken van uw doelgroep.

Inhoud van deze training *zoekmachinemarketing en -optimalisatie*:

- SEO: search engine optimisation
- Gratis opname in de zoekmachines of sponsored links
- Werking van zoekmachines:
  - Beïnvloedbare rankingfactoren
  - Niet beïnvloedbare rankingfactoren
- Blokkade door zoekmachines
- Definitie van keywords:
  - Zoekgewoonten
  - Specifieke keywords
  - Generieke keywords
  - Themaherkenning
  - Keyword density
  - Keyword proximity
  - Zoekwoorden testen
  - Wat niet te doen
- Opbouw websites:
  - Url en bestandsnamen
  - Tags en meta tags
  - Relevante content
  - Linkvermelding
  - Gebruik databases (asp, php)
  - Gebruik frames
  - Interne links en externe links
  - Relevante content
- De doorslag: pagerank (combinaties van rankingfactoren)
- Weergave in de zoekresultaten
- Specifieke kenmerken zoekmachines
- De ideale pagina
- Hints en tips, voorbeelden
- Bezoekers zijn er, wat nu?
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Analyse en besluitvorming*: probleemanalyse, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, creativiteit.

**Balanced scorecards marketing**

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Balanced scorecards marketing                                   |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 2 dag(en)   |
| Investing      | € 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Optioneel, 1 dag, € 1125,- excl. BTW                            |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

Balanced scorecards geven marketeers een zeer krachtige tool om marketingdoelstellingen:

- Correct en nauwkeurig te ontwerpen en te plannen
- Af te stemmen op uw marketingorganisatie en -medewerkers
- Te behalen met een toename in kwaliteit van de organisatie

Ze voorzien in een grote verscheidenheid aan behoeften bij managers, medewerkers en leidinggevendenden om de marketingprestaties van de onderneming daadwerkelijk te kunnen managen en resultaat te laten opleveren. Balanced scorecards stellen ondernemingen blijvend in staat:

- De resultaten af te stemmen op de doelen van de onderneming (en niet andersom!)
- De activiteiten altijd gericht te houden op de bedrijfsstrategie
- De inspanningen van de medewerkers in overeenstemming te brengen met de doelstellingen
- De prestaties van het bedrijf in zowel omzet als kwaliteit continu verder te verbeteren
- Aan te geven welke richting de onderneming zal moeten inslaan
- De resultaten op evenwichtige wijze over de diverse groepen van belanghebbenden te verdelen

In deze training *balanced scorecards marketing* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Het prestatieprobleem van ondernemingen
- De voorbereiding van het project
- Projectmanagement bij de implementatie van scorecards
- De fasen van balanced scorecards:
  - Inventariseren: in deze fase verzamelt u de gegevens. Dat doet u aan de hand van de strategische doelstellingen van uw organisatie en de maatregelen en zakelijke doelstellingen van de hoogste leiding van uw onderneming. Daarnaast kijkt u naar de resultaten van uw eigen werkgroep, de operationele kernprocessen, de verwachtingen van de klanten en de eisen die bijvoorbeeld aan de leveranciers worden gesteld.
  - Ontwerpen: in de loop van een aantal scorecardsessies ontwerpt u samen met uw managementteam een scorecard, waarbij u de belangrijkste resultaatcategorieën en daarmee samenhangende maatstaven vaststelt. De belangrijkste resultaatcategorieën zijn ontleend aan uw bedrijfsstrategie en zijn uniek voor uw organisatie. Ze bestrijken in de regel gebieden als: financieel succes; loyaliteit van de klant; marktleiderschap; personeelsontwikkeling; operationele effectiviteit en gevolgen voor de gemeenschap. Tevens begint u met het vaststellen van een minimumniveau voor de scorecardmaatstaven en zorgt u voor een drijvende kracht in de richting van uw eisen en doelstellingen.
  - Fine tuning: in deze fase gebruikt u de scorecard systematisch als middel om de zakelijke prestaties te kunnen volgen en verbeteren. U verzamelt daarvoor gegevens en bepaalt de juiste eisen waaraan moet worden voldaan. Tevens verfijnt u de doelstellingen en maatstaven zodanig dat de relevantie en de resultaatgerichtheid ervan toenemen.
  - Top down implementatie: de watervalmethode. In deze fase versterkt u koppelingen, verbetert u de zichtbaarheid van de prestaties op zakelijk terrein, en brengt u de inspanningen op uitvoerend niveau die tot de zakelijke doelen moeten leiden, op één lijn. In deze fase voert u werkgroepscorecards in en bezieet u uw managementscorecards op mogelijke overkoepelende maatregelen.

- Scorecards koppelen: in deze fase koppelt u doelstellingen en maatstaven aan de afzonderlijke medewerkers. Dat doet u door individuele prestatieplannen op te stellen, persoonlijke gesprekken met de medewerkers te voeren en te zorgen voor permanente coaching. De medewerkers koppelen hetgeen zij doen aan hun resultaten op de scorecards en gebruiken de feedback die zij daarop krijgen om te komen tot verbeteringen en resultaten die tot het bedrijfsresultaat leiden.
- Meerwaarde van scorecards versterken: in deze fase beoordeelt u de effectiviteit van uw maatstaven op hun validiteit. Daarnaast gaat u na of u wel de juiste maatstaven aanlegt en of u wel over het juiste aantal daarvan beschikt. U gaat nu inzien hoe bepaalde maatstaven op uw scorecard met elkaar verband houden en hoe u *aan de touwtjes moet trekken* om de gewenste resultaten te krijgen.
- Weten en meten hoe de organisatie presteert
- Verdere prestatieontwikkeling en -verbetering in de toekomst
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: samenwerken.
- *Ondernemen*: ondernemerschap, marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Leiding geven*: taakgericht leidinggeven, plannen en organiseren, groepsgericht leidinggeven, delegeren, voortgangsbewaking.
- *Analyse en besluitvorming*: probleemanalyse, oordeelsvorming, besluitvaardigheid, organisatiesensitiviteit, cognitief en interactief leervermogen, innovatie, visie.

## Leiding geven aan een marketingafdeling

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Leiding geven aan een marketingafdeling                         |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 2 dag(en)   |
| Investing      | € 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Optioneel, 1 dag, € 1125,- excl. BTW                            |
| Doelgroep      | Marketingmanagers   |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

Na deze training beschikken de deelnemers over:

- Praktische tools met betrekking tot het leidinggeven aan een marketingafdeling;
- Essentiële vaardigheden die zij nodig hebben in het communicatie proces als leidinggevende;
- Vaardigheden die hen in staat stellen de verschillende typen medewerkers succesvol te laten zijn.

In deze training *leiding geven aan een marketingafdeling* komen de volgende onderwerpen aan de orde:

- Marketingmanagement:
  - Management mindset
  - Functie-invulling marketingmanagement
  - Delegeren: niet dragen maar overdragen
  - Leiden en begeleiden
  - Marketing- en budgetplan
  - Strategische marketing versus operationele marketing
- Management is mensenwerk:
  - Marketingmedewerkers aannemen
  - Mensen inspireren tot betere prestaties
  - Coaching van medewerkers
  - Hoe mensen communiceren: DAS-model
  - Hoe mensen redeneren: insighttypes
  - Taakvolwassenheid medewerkers
  - Situationele aansturing
  - Mens- en taakgericht leidinggeven
- Dingen laten gebeuren:
  - Functie-invulling marketingmedewerkers
  - Marketingdoelen stellen
  - Persoonlijke prestaties meten en controleren
  - Beoordeling van werknemers
  - Forecast en conversieratio
- Werken met (andere) mensen:
  - De boodschap overbrengen
  - Omgaan met weerstand en bezwaren
  - Teamwork
  - Bedrijfspolitik
  - Zakelijke gesprekstechnieken
  - Brainstormen
- Harde tijden voor managers:
  - Omgaan met veranderingen en stress
  - Discipline: zacht praten met de honkbalknuppel in je hand
  - Werknemers ontslaan
- Gereedschappen en technieken voor marketingmanagers:
  - Ontwikkeling en begeleiding van werknemers
  - Kwaliteit en zelf lerende organisaties
  - Het verbeterpotentieel van marketingorganisaties
  - Inrichting van het marketingproces
  - Interactie tussen sales en marketing: closed loop model



- Het deel van de tientallen:
  - Tien veel gemaakte marketingmanagementfouten
  - Tien manieren om werknemers te erkennen
  - Tien klassiekers uit de managementliteratuur
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Interactie*: mondelinge communicatie, luisteren, overzicht, samenwerken, assertiviteit, overtuigingskracht, conflicthantering, confronteren, gespreksvaardigheid.
- *Ondernemen*: marktgerichtheid, klantgerichtheid.
- *Leiding geven*: taakgericht leidinggeven, mensgericht leidinggeven, plannen en organiseren, groepsgericht leidinggeven, delegeren, voortgangsbewaking.
- *Motivatie*: resultaatgerichtheid, zelfmanagement, organisatieloyaliteit, discipline.
- *Analyse en besluitvorming*: probleemanalyse, oordeelsvorming, besluitvaardigheid, organisatiesensitiviteit, omgevingsbewustzijn, cognitief en interactief leervermogen visie.

## Strategische marketing

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Strategische marketing  |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 2 dag(en)   |
| Investing      | € 2650,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Optioneel, 1 dag, € 1125,- excl. BTW                            |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

Inhoud van de training *strategische marketing*:

- Strategische planning en het marketingconcept
- De context van strategie
- Strategieontwikkeling
- Het formuleren van de strategie
- Scenario's
- Formuleren van een strategie:
  - Wat doet de organisatie nu
  - Wat gebeurt er in de omgeving
  - Wat zou een organisatie moeten gaan doen
- Consistentietest
- Bedrijfstakanalyse
- Businessdefinitie
- Bedrijfsmissie
- Strategische doelen:
  - Eerste planningsniveau
  - Tweede planningsniveau
- Strategische keuze
- Strategische denkmodellen:
  - De groeimatrix van Ansoff
  - De marktgroei/marktaandeelmatrix (BCG-matrix)
  - Het General Electric-matrixmodel
  - Het waardeketen-model
  - Concurrentiestrategie van Porter
  - Strategie in functie van de marktpositie (Kotler)
- De marketing-planning-procedure
- De marketingaudit
- Marktonderzoek
- De marketing mix
- Het productlifecycle-concept
- Persoonlijk actie- en leerplan

Optioneel:

- Coachingsessies na 3 en 6 maanden.
- Deze training kan worden gevolgd door de training *marketingplannen*.

Naast de in de inhoudsopgave genoemde taakspecifieke competenties, komen in deze training ook de volgende gedragscompetenties uit het Ace! Competentie Ontwikkelingsmodel® aan de orde:

- *Ondernemen*: ondernemerschap, marktgerichtheid, klantgerichtheid.

**Customer relation management**

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Customer relation management                                    |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training   |
| Duur           | 1 dag(en)   |
| Investing      | € 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                         |
| Opvolgdag      | Niet noodzakelijk, maar mogelijk indien gewenst                 |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze         |
| Interactie     | 40% theorie, 30% oefening en 30% eigen praktijk                 |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerk aanpassingen |

De mogelijkheden en tools voor efficiënte en effectieve CRM verschillen dermate per bedrijf en per branche, dat deze training alleen in maatwerk realiseerbaar is.

Neemt u contact op met één van onze consultants/trainers voor meer informatie.

**Coaching on the job**

|                |   |
|----------------|---|
| Training       | Coaching on the job                                     |
| Categorie      | Marketing   |
| Soort training | Personal training                                       |
| Duur           | 1 dag(en)   |
| Investing      | € 1325,- excl. BTW per persoon per dag                  |
| Opvolgdag      | Niet van toepassing                                     |
| Doelgroep      | Alle medewerkers  |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze |
| Interactie     | Afhankelijk van de exacte invulling                     |
| Opmerking      |   |

Vrijwel alle trainingsonderwerpen kunnen ook aangevuld of uitgevoerd worden in de vorm van *coaching on the job*.

Een trainer begeleidt dan één of meer personen in de dagelijkse werkpraktijk, en geeft direct feedback op de werkzaamheden. Voorafgaand aan een coachingsdag kan er desgewenst een korte trainingssessie plaatsvinden. Aan het einde van zo'n coachingsdag of -traject kunnen onderwerpen verder theoretisch aangevuld worden in de vorm van een korte training. Als laatste volgt een managementrapportage.

Coaching on the job is maatwerk. Neem contact op het Ace! voor meer informatie.

**Maatwerktraining, in overleg**

|                |  |
|----------------|--|
| Training       | Maatwerktraining, in overleg                                   |
| Categorie      | Marketing  |
| Soort training | Personal training  |
| Duur           | 1 dag(en)  |
| Investing      | € 1325,- excl. BTW voor 1 of 2 personen                        |
| Opvolgdag      | Niet van toepassing  |
| Doelgroep      | Marketingmedewerkers   |
| Trainingsfocus | Ontwikkelen mindset, aanleren vaardigheden en werkwijze        |
| Interactie     | Afhankelijk van de exacte invulling                            |
| Opmerking      | Inclusief telefonisch intake interview en maatwerkaanpassingen |

In overleg met één van onze consultants kunt u over vrijwel elk onderwerp binnen onze competences, een *maatwerktraining* laten ontwikkelen. Desgewenst in combinatie met een passend event. Voor de ontwikkeling van maatwerktrainingen hanteert Ace! het basis-analysemodel:

## 1) Vraagstelling

- Wat is het onderwerp of de vraag
- Formuleer de vraagstelling. Doe dit zo concreet mogelijk
- Waaruit is de vraag ontstaan; wat is de achtergrond
- Wat wil men met de training bereiken (beoogde product)
- Door wie wordt de scholingsbehoefte geformuleerd
- Wat is het gewenste resultaat

## 2) Doelgroep

- Voor welke mensen precies is de training bedoeld
- Welke voorkennis en ervaring hebben de deelnemers
- Wat is de motivatie of het belang van de deelnemers

## 3) Trainer

- Welke trainerkwaliteit is nodig
- Is die kwaliteit binnen het opleidingsinstituut aanwezig
- Is de verwachting ten aanzien van de handelwijze van de trainer eenduidig en bij belanghebbenden bekend

## 4) Onderwerp en inhoud

- Welke onderwerpen en skills dienen aan bod te komen
- Wat kennen en kunnen de deelnemers na de training
- Is het beoogde perspectief realistisch
- Is er de mogelijkheid om de kennis toe te passen
- Is de nieuwe capaciteit in balans met de werksituatie en praktijk van de deelnemers

## 5) Waar en wanneer

- Op welke locatie wordt het programma uitgevoerd
- Wat is de betekenis van die locatie voor de training
- Wat is de beste periode? Welke dagen of dagdelen

## 6) Investering

- Welke investering (in tijd en geld) is nodig
- Welke andere kosten gaan gemaakt worden voor de daadwerkelijke uitvoering
- Is de verhouding investering - product realistisch



Trainingslocaties: Den Haag • Amsterdam • Den Bosch • Rotterdam • Eindhoven  
Utrecht • Zwolle • Amersfoort • Breda • Arnhem • Maastricht • Brussel • Antwerpen

Office: Kersenberg 32 • 4708KC Roosendaal • T 0165 396108 • F 0165 396195  
K.v.K Breda 20.10.1441 • Rabobank 18.43.56.717 • BTW nl1552.799.32.b01  
info@ace-management-partners.nl • www.ace-management-partners.nl