

Programma 2017

Dag 1 (3 oktober):

9:00 uur

Ontvangst, voorstellen cursisten, vastleggen persoonlijke verwachtingen

9:30 uur

Inleiding

Arjan Terpstra

See Think Do Care introductie begrip 'Klantreis'

Strategie, doelgroepen, budget. Techniek/websites

10:15 uur

Mark Keuter

De klantreis in het ontwikkelproces van AM

11:00 uur

Erik van der Wal

Hoe kijkt BPD aan tegen de klantreis

Wat is de strategische visie van BPD

Diverse voorbeelden uit de praktijk

12:00 uur

Gezamenlijke lunch

13:00 uur

Juriaan Hoefnagel

Online Campagnes. Hoe wat en waar. Voorbeelden uit de praktijk.

14:00 uur

Mark Keuter

Over privacy, cookies, wetgeving en online adverteren.

14:45 uur

Case deelnemers Ronde 1

Een nieuwbouw case wordt voorgelegd aan de cursisten. De marketingstrategie van deze case moet uitgewerkt worden in een marketingplan (Media, Doelen en budget).

Uit de groepen van 3 personen wordt 1 plan wordt één plan gekozen. Dit plan mag vervolgens gepitcht worden aan het Expert panel (Juriaan, Marc en Erik).

Het expert panel beoordeelt het plan en de andere groepen mogen het ook aanvullen/beoordelen. Het definitieve marketingplan wordt de basis voor de case op dag twee.

17:00 uur

Afsluiten dag 1 en het voorbespreken programma dag 2

17.30 uur

Einde programma dag 1

Programma Dag 2 (31 oktober):

09:00 uur

Arjan Terpstra

Ontvangst, samenvatting eerste en herhalen doelstellingen
Vragen naar aanleiding van dag 1 en actuele praktijk van de deelnemers
Wat hebben we niet afgerond? Wat heb je opgestoken? Is je doelstelling veranderd?

09:30 uur

Juriaan Hoefnagel

Praktijk cases websites. Aan de hand van AB-test laat Juriaan zien hoe websites geoptimaliseerd kunnen. Uitleg online meettechnieken (Google Analytics, Google Tagmanager, Pixels)

10:15 uur

Erik van de Wal

Resultaten van 8 jaar kennis & ervaring van BPD. Effectiviteit van de diverse media, Kosten, bereik resultaten, etc.

11:00 uur

Pauze

11:15 uur

Mark Keuter

AM heeft in de afgelopen jaren een aantal keren de templates van projectwebsites aangepast aan ervaringen en voortschrijdend inzicht. Mark schetst welke wijzigingen zijn aangebracht, het waarom en de resultaten.

12:00 uur

Margriet Schepman

Over 'Bewust Nieuwbouw', klantinformatie, gebruik op eigen websites, etc.

12:30 uur

Gezamenlijke lunch

13:30 uur

Case deelnemers Ronde 2

Het marketingplan van dag 1 heeft (fictief) nu drie maanden gelopen en de resultaten blijken achter te blijven. De campagneresultaten worden voorgelegd aan de cursisten. Er moet nu bijgestuurd worden in de campagne, het marketingplan aangepast of misschien moet het hele marketingstrategie herzien worden. Uit de groepen van 3 personen wordt weer 1 plan van aanpak gekozen. Dit plan moet gepitcht worden aan het Expert panel (Juriaan, Marc en Erik). Het expert panel boordeelt het plan en de andere groepen mogen het beoordelen. Learnings en inzichten worden samen besproken.

16:00 uur

Externe spreker (nog te bepalen).

17.00uur

Arjan Terpstra

Samenvatten dag 2. Nalopen behalen van alle individuele doelstellingen
Optionele workshop bespreken. Waarom nuttig? Kom je en wie neem je dan mee?

17:30 uur

Afsluiten dag 2