

**Interactieve in-company workshop  
onder deskundige leiding van drs. Jos Burgers RM**

**Marketing voor niet-marketeers  
Verbeter uw resultaten door marktgericht denken en handelen**

Systematisch denken en handelen vanuit het marketingconcept biedt de groeiende concurrentie het beste het hoofd. Een van de belangrijkste succesfactoren is de mate waarin het marktgericht denken en handelen op alle niveaus binnen de hele organisatie begrepen en geaccepteerd wordt.

Als niet-marketingsspecialist kunt u dus een grotere bijdrage leveren aan een beter bedrijfsresultaat door u de elementaire marketingkennis eigen te maken.

**Doelgroep:**

Functionarissen en professionals uit het hoger- en middenkader die een leidinggevende of staffunctie hebben in een andere discipline dan marketing, zoals:

- algemeen management
- research & development
- productie & automatisering
- personeel & organisatie
- administratie & financiën
- verkoop & logistiek
- voorlichting & PR

maar die vanuit hun functie wel een degelijk basisinzicht in marketing dienen te integreren in hun activiteiten. Om hun concept, product of dienst succesvol in de markt te zetten.

**Vragen die aan de orde komen:**

- Wat is mijn doelgroep?
- Welke positionering kies ik?
- Wie zijn de concurrenten en wat is hun kracht?
- Waar liggen mijn kansen en bedreigingen in de markt?
- Zit de markt op mijn product of dienst te wachten?
- Hoe laat ik de wensen van de klant aansluiten bij de doelstellingen van mijn organisatie?
- Hoe breng ik mijn product of dienst onder de aandacht?
- Welke prijs moet ik hanteren?
- Hoe vul ik mijn assortiments-, prijs-, distributie-, en communicatiebeleid in?
- Hoe stel ik een marketingplan op?

**Werkwijze tijdens de cursus:**

Korte inleidingen worden vlot afgewisseld met het werken in kleine groepen en praktische cases. Geen lange theoretische inleidingen, maar direct op de eigen praktijk gerichte informatie, geïllustreerd met voorbeelden.

### **Doelstellingen workshop:**

- Geeft u structuur, handvatten en praktische tips om de marketingactiviteiten van uw organisatie te verbeteren.
- Leert u een marketingstrategie te ontwikkelen, die aansluit op de wensen van de klant en doelstellingen van uw organisatie
- Leert u met welke bouwstenen u een product/marketingplan opstelt.
- Geeft u een stappenplan voor het marketingplanningsproces.
- Leert u hoe u een omgevings – en interne analyse maakt (SWOT= strenghts, weaknesses, opportunities and threats). Leer waar uw kansen en bedreigingen liggen.
- Geeft inzicht in marketingstrategieen en marketingdoelstellingen
- Leert u hoe het prijs-, distributie- en communicatiebeleid wordt opgebouwd

### **Programma workshop**

#### ***I. Inleiding in marketing (theorie en instrumenten)***

- Marketingtoepassingen
- De marketing mix (de P's van marketing)
- Marketingplanning en –strategie (portfoliodenken, Ansoff- groeistrategieen)
- Marketingorganisatie en –omgeving
- Zin en onzin van marktonderzoek

#### ***II. Marketinganalyse en marketingstrategie***

- Externe (omgevings) analyse: afnemersgedrag en concurrentieanalyse
- Interne analyse: positionering, marketing mix, sterkte-zwakte analyse
- Relatie tussen analyse en marketingstrategie: uitdagingen
- Relatie tussen strategie en beleid: concrete marketingdoelstellingen  
*Opdracht:* maken SWOT-analyse voor eigen organisatie of case  
*Opdracht:* formuleren marketingdoelstellingen / ontwikkelen marketingstrategie

#### ***III. Het marketingplan***

- Het marketingplan als managementinstrument
- Het marketingplanningsproces. Inzicht in werking planningsmodel: analyseren, plannen, uitvoeren en controleren
- Stappenplan marketingplanningsproces
- Productplanning

#### ***IV. Marketingmix-instrumenten***

- Positionering
- Communicatiebeleid
- Product- en merkenbeleid
- Prijsbeleid
- Distributiebeleid  
*Opdracht/case:* invulling marketing mix

### **Uw praktijktrainer:**

**drs. Jos Burgers RM** (1951) studeerde Bedrijfseconomie aan de Universiteit van Tilburg met als specialisatie marketing management. Na tien jaar werkzaam te zijn geweest in verkoop- en marketingfuncties in het bedrijfsleven, was hij ruim tien jaar docent marketing aan Fontys Hogescholen te Eindhoven. Hij verzorgde tevens post-HBO cursussen marketing management en opleidingen Nima B en C. Thans treedt hij als gastdocent o.a. op voor Universiteit Nyenrode, Ondernemerscentrum De Baak en de Universiteit van Amsterdam.

Jos Burgers is door het Nima benoemd tot Register Marketeer en is auteur van marketingbestsellers als 'Relatiebeheer als Groeistrategie' en 'Een hogere prijs is pure winst'. Sedert tien jaar begeleidt hij als zelfstandig marketingadviseur bedrijven en instellingen van uiteenlopende aard en omvang op het gebied van marketing en strategie.

### **Omvang en opbouw workshop**

In totaal 2 dagdelen, naar keuze ochtend+middag of middag+avond.  
De workshop is in hoge mate inspirerend, motiverend en interactief.

### **Referenties**

Reacties van eerdere deelnemers aan workshops van Jos Burgers:

*'Zeer goed. Goede onderwerpen, goede docent. Enthousiaste spreker die publiek weet te boeien. Interessante onderwerpen en zeer relevante info.'*

C. van den Hurk, projectmanager telebankieren, Rabobank Nederland

*'Helder uiteengezet. Levendige stijl. Aantal leuke kapstokjes meegekregen. Dynamische heldere presentatie.'*

S. Wardak, manager kantoor, Michael Page International

*'Prima, beeldend verteller, rijk aan voorbeelden'.*

K. Jonker, accountmanager, Woningnet

### **Aantal deelnemers**

In overleg

### **Kosten totaal**

Zie website onder kopje 'Wat kost?'

Deze prijs is inclusief

- reiskosten,
- een voorbespreking met de opdrachtgever
- specifieke voorbereiding.

### **Meer weten?**

Bel of mail voor meer informatie Burgers Marketing b.v.  
tel. 013- 513 14 45 / [burgers@burgersmarketing.nl](mailto:burgers@burgersmarketing.nl)