

Marketing & Sales

@ Vlerick Leuven Gent Management School



Opleidingen en onderzoek 2012

- *Marketing Management voor niet-specialisten*
- *Retail & Trade Marketing*
- *Strategische B2B Marketing*
- *Product Management*
- *Brand Management & Communicatie*
- *Executive Master Class B2B Marketing & Sales*



Waarom kiezen voor Vlerick?

We zijn er voor mensen die openstaan voor nieuwe inzichten in management, om er in de praktijk waardevolle zaken mee te doen.

Vlerick heeft campussen in Brussel, Gent, Leuven, en in Sint-Petersburg. En werkt ook samen met de University of Stellenbosch Business School in Zuid-Afrika en met Peking University in China.

We putten uit onze historische relatie met onze twee moederuniversiteiten, K.U.Leuven (1425) en Universiteit Gent (1817) om academisch sterk beslagen uit de hoek te komen. Onze docenten verbinden academisch inzicht met praktijkgericht onderzoek, een absolute meerwaarde voor u en uw bedrijf.

Vlerick is een van de weinige businessscholen met de drie internationale topaccreditaties: het Amerikaanse AACSB, het Britse AMBA en het Europese EQUIS.

Maak uw keuze uit onze opleidingen op topniveau. Haal voordeel voor u en uw organisatie uit baanbrekend onderzoek.



Vlerick in cijfers

- jaaronzet: 30,3 miljoen euro
- studenten: 800 MBA's en Masters
- alumni: 14.000 in 100 landen
- managementopleidingen: 7.500 deelnemers
- bedrijfsopleidingen: 120
- personeelsleden: 170

Word een topexpert in Marketing & Sales

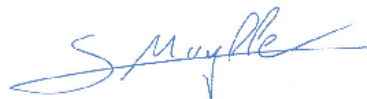
Beste professional in marketing of sales,

Marketing moet een sleutelrol vervullen binnen uw bedrijf? En u wil met grondige kennis van zaken klantenwaarde creëren en capteren? U wilt uw eigen aanpak aftoetsen met die van collega's uit andere sectoren of met onze experts?

Onze specialisten in marketing en sales staan elke dag bedrijven bij om hun uitdagingen in marketing en sales management te overwinnen. Ze verbinden onderzoek met praktijk en ontwikkelen concepten en inzichten die écht nuttig zijn.

Neem daarom deel aan onze opleidingen over marketing en sales. Of kies voor een bedrijfsspecifieke opleiding, helemaal gefocust op de praktijk van uw bedrijf.

Ga voor opleidingen en onderzoek met impact. Maak uw keuze en schrijf u in.



Prof. dr. Steve Muylle
Hoofd Competentiecentrum Marketing & Sales



Opleidingen voor uw groei

- Marketing Management voor niet-specialisten 4
- Retail & Trade Marketing 6
- Brand Management & Communicatie 8
- Product Management 10
- Strategische B2B Marketing 12
- Executive Master Class in B2B Marketing & Sales 14

Company-specific opleidingen 17

Op basis van uw verwachtingen stellen we een opleiding samen die uw bedrijf precies past:

- Brand Management
- Retail & Trade Marketing
- B2B Marketing
- Marktstrategie
- Business Model Innovatie
- Sales Management

Ons onderzoek, uw praktijk 18

Haal als manager en als organisatie voordeel uit ons onderzoek, want het is echt gericht op de praktijk.

We dragen rechtstreeks bij tot uw groei. En u zit zo aan de bron van de nieuwste inzichten en tendensen in marketing en sales management.

Marketing Management voor niet-specialisten

Ontdek alle aspecten van marketingmanagement in een B2B- én B2C-omgeving

U hebt geen marketingachtergrond, maar u wilt de basis onder de knie krijgen? Omdat u die nodig hebt in uw werkomgeving, die zowel business-to-business (B2B) als business-to-consumer (B2C) kan zijn.

Dan is deze opleiding precies wat u zoekt. We schetsen voor u het brede kennisveld van marketing en we belichten de concepten die overal van belang zijn. Altijd illustreren we de theorie met voorbeelden uit de praktijk.

Of u nu rechtstreeks of onrechtstreeks met het commerciële beleid te maken heeft, dankzij deze opleiding heeft het marketingjargon geen geheimen meer voor u.



Dynamisch en interactief

“Deze opleiding geeft me de mogelijkheid de verschillende facetten van marketing op een snelle manier te begrijpen. Dankzij de dynamische manier van lesgeven en de hoge graad van interactie tijdens de cursussen en de besprekingen van de cases stel je jezelf en je eigen marketingstrategie in vraag. Het is de ideale basis voor een niet-marketeer om zich verder te verdiepen in deze materie.”

Bart Welvaert – Commercial Director Roof Benelux, Eternit

Meerwaarde voor u en uw bedrijf

- U kent de meest relevante basisconcepten in marketing.
- U biedt concrete marketingproblemen in uw dagelijkse werkomgeving het hoofd.
- U bent op de hoogte van praktische toepassingen in B2B- en B2C-marketing.
- U stelt met kennis van zaken een marketingplan op.

Voor wie?

- U bent een nieuwkomer in een marketingfunctie.
- U bent als commerciële medewerker (verkoper, marktonderzoeker, ...) op zoek naar een globale kijk op marketing.
- U bent als niet-commerciële medewerker (HR, productie, ingenieur, scheikundige) doorgestroomd naar een commerciële functie.
- U werkt in een kmo en bent onder meer verantwoordelijk voor marketing.
- U werkt in een diensten- of productieomgeving, in een B2B- of B2C-omgeving.

Zo pakken we dat aan

U zult versteld staan van onze neus voor de praktijk. We vertrekken van gefundeerde concepten en illustreren die met praktijkvoorbeelden, cases en oefeningen.

U leert niet alleen van de uiteenzettingen van onze docenten. Laat u inspireren door uw collega-deelnemers. Door interactie en uitwisseling van ervaringen steekt u heel wat op.

Deze opleiding sluit af met een integratiecase: u analyseert het marketingbeleid van een onderneming, u bespreekt de case en stuurt die eventueel bij. Het is voor u meteen dé kans om zelf een marketingplan op te stellen.



Tijdens de opleiding is er ruimte voor intensief overleg.

Module 1: Kennismaking met marketingprincipes

- Het breder kader van marketing
- De verschillende deelaspecten van marketing

Module 2: Consumentengedrag

- Inzicht in het aankoop- en gebruiksgedrag van consumenten
- Belangrijkste basisprincipes in de praktijk

Module 3: Business-to-businessmarketing

- Het competitief voordeel van een goede marktorientatie
- Specifieke marketingaspecten voor B2B

Module 4: Introductie tot marktonderzoek

- Hoe kunt u de markt leren kennen?
- Praktijkvoorbeelden van het hele marktonderzoeksproces

Module 5: Prijszetting als commerciële kracht

- Prijszetting op basis van de marketingstrategie
- Waarom een bepaalde prijs kiezen?
- De gevolgen van prijskortingen

Module 6: De communicatiemix

- Welke communicatietools zijn er?
- Hoe ziet een communicatieplan er uit?

Module 7: Branding

- Wat is branding?
- Welke merkstrategieën kunt u volgen?
- Hoe bouw je een sterk merk?
- Wat is brand equity?

Module 8: Direct & interactieve marketing

- De 5 bouwstenen van direct marketing
- Basisprincipes voor een succesvolle direct respons

Module 9: Het marketingplan

- Strategische marketingplanning

Uw docenten

- **Eddy Cremers** is Managing Partner van marktonderzoeksbureau Columbus.
- **Prof. dr. Frank Goedertier** is verantwoordelijk voor het Vlerick Brand Management Centre.
- **Prof. dr. Steve Muylle** heeft een sterke focus op en een expertise in B2B-marketing.
- **Prof. dr. Bert Weijters** is gespecialiseerd in marktonderzoek en consumentengedrag.
- **Prof. Steven Van Belleghem**, InSites Consulting, is auteur van het boek 'De Conversation Manager'.
- **Prof. dr. ir. Marion Debruyne**, is gespecialiseerd in marktstrategie en innovatie.
- **Erik Van Vooren** leidt het DMInstitute en is de geestelijke vader van alle directmarketeers.

Praktische info

Plaats en data

5 dagen

Campus Gent: 26 april, 3, 10, 24 & 31 mei 2012

Campus Gent: 8, 22, 29 november en 6 & 13 december 2012

Taal

Nederlands

Prijs

€ 3.195 (excl. 21% BTW)

Inschrijven

U vindt alle info op pagina 19 of op

www.vlerick.be/marketingmanagement

Retail & Trade Marketing

Winkelende klanten en machtige distributie, bikkelharde strijd

Hoe wint u de gunst van de winkelende consument? De strijd is bikkelhard. Leveranciers worstelen met een sterke prijsdruk en dalende merkentrouw terwijl retailers elkaar heviger dan ooit beconcurreren.

Wat moet u doen om als retailer of leverancier recht op te blijven? Welke strategie volgt u het best in de strijd om de winkelende klant?

De opleiding in retail & trade marketing wapent u met visie en middelen.

Meerwaarde voor u en uw bedrijf

- U hebt een grondige kennis van retail en trade marketing.
- U begrijpt het verschil tussen de consument als shopper en als gebruiker/verbruiker.
- U beseft de zin en onzin van het streven naar een win-win-winrelatie tussen leveranciers, retailers en consumenten.

Voor wie?

- U bent verantwoordelijk voor het vermarkten van consumentengoederen als leverancier of retailer (food of non-food).
- U bent toeleverancier van die groepen (een reclame- of promotiebureau, consultant, ...).

Zo pakken wij dat aan

U zult versteld staan van onze neus voor de praktijk. We vertrekken van gefundeerde theorie en concepten. En we illustreren die met praktijkgetuigenissen en case study's uit uiteenlopende sectoren.

De sprekers spelen dagelijks een vooraanstaande rol in de retail & trade marketing van topbedrijven.

Laat u inspireren door uw collega-deelnemers. Door interactie en uitwisseling van ervaringen steekt u heel wat op. Uniek is dat die deelnemers zowel leveranciers, retailers als hun toeleveranciers zijn. Ideaal om u volledig onder te dompelen in de wereld van de distributie en van de shopper.

En er is meer, want ook een retail safari maakt deel uit van de opleiding. Resultaat: een frisse kijk op de retailpraktijk en tal van ideeën hoe het beter kan.



Gino Van Ossel legt niet alleen de pijnpunten in retail bloot, maar rijkt u ook oplossingen aan om het verschil te maken.



Opleiding wakkert creativiteit aan

“ Door het brede spectrum van de opleiding komen de missing links naar boven wat de creativiteit aanwakkert en nieuwe ideeën doet ontstaan. Gino weet dit op een dynamische en boeiende manier te brengen en voorkomt bedrijfsblindheid bij retailers. Het retailbusinessmodel brengt structuur. Up-to-date praktijkvoorbeelden confronteren de retailprofessionals met het feit ze naast retailer veelal ook shoppers zijn voor andere retailers. ”

*Tom Lambert – Sales Director,
AS Adventure*

Module 1: Retail Business Model

- Hoe zit het business model van een retailer in elkaar?
- Hoe zijn de retail businessdrivers aan elkaar gelinkt?
- Hoe kunt u daar als (merkartikel)fabrikant op inspelen?

Module 2: Shopper Marketing

- Hoe winkelen klanten en welke shoppersegmenten bestaan er?
- Hoe kunt u koopgedrag beïnvloeden via shopper marketing? Dit omvat zowel winkelkeuze als productkeuze.
- Hoe kunnen we dit in winkels observeren? Tijd voor de retail safari!

Module 3: Category Management

- Hoe optimaliseert u de verkoopkracht van één enkele productcategorie?
- Welke analysetools bestaan er om de performantie van een productcategorie in kaart te brengen?
- Wat is daarbij de rol van de retailer en van de merkartikelfabrikant?

Module 4: Cross- channelmanagement

- Hoe gaat u als leverancier om met verschillende distributiekanaalen?
- Hoe zet u een samenwerking op met zelfstandige handelaars en ketens?
- Shopper Marketing 2.0: wat is de invloed van het internet op het koop- en winkelgedrag?
- Hoe kunt u het internet inzetten in uw cross-channel-aanpak? Wat zijn de gevolgen voor retail marketing en voor trade marketing?

Uw docenten

- **Prof. Gino Van Ossel** is een autoriteit in retail & trade marketing.
- **Patrick Molemans**, Akzo Nobel, heeft jarenlange ervaring met het uitbouwen van partnerships, onder meer voor het merk Levis.

Praktische info

Plaats en data

4 dagen

Campus Gent: 24 april, 8, 15 & 22 mei 2012

Taal

Nederlands

Prijs

€ 2.995 (excl. 21% BTW)

Inschrijven

U vindt alle info op pagina 19 of op

www.vlerick.be/retailmarketing

Het Vlerick Retail Platform

Nog meer retailkennis voor u: 4 namiddagen voor en door retailers.

www.vlerick.be/retailplatform



Brand Management & Communicatie

Merken bouwen in de 21^{ste} eeuw

Overaanbod en mature markten maken het merken steeds moeilijker om in de gunst te vallen van de consument. Hoe zorgt u ervoor dat uw merk er toch uitspringt?

De uitdagingen zijn talrijk: digitalisering, information overload, maatschappelijke verantwoordelijkheid en toenemend scepticisme van de consument. Bovendien moet ook de return on investment gegarandeerd blijven

Na deze opleiding weet u hoe uw merken te managen. Tijd om te leren denken en handelen in termen van marketing met het oog op morgen.

Meerwaarde voor u en uw bedrijf

- U begrijpt na de opleiding wat een sterk merk is, hoe u het positioneert en tot stand brengt.
- U bent vertrouwd met strategieën als merkextensies en co-branding om uw merk levendig te houden.
- U stelt vlot een merkcommunicatieplan op en hebt inzicht in de rol van traditionele en niet-traditionele communicatiekanalen.
- U kunt aan de slag als 'conversation manager' om zo uw merk sterker te maken in een web 2.0-context.

Voor wie?

- U bent direct of indirect actief in brand management en/of marketingcommunicatie.
- U bent brand, service of marketing manager in een (middel)groot bedrijf of groeiende kmo en streeft een beter merkmanagement na.
- U bent als business unit manager verantwoordelijk voor strategisch brand management.
- U wilt als retail of category manager in de distributie op gelijke voet met fabrikanten onderhandelen over de toegevoegde waarde van merken.
- U bent account executive of account director in een reclame- en promotiebureau.
- U wilt als marktonderzoeker of marketing consultant up-to-date blijven en uw klanten effectief ondersteunen.
- U bent verantwoordelijk voor de communicatie.

Zo pakken we dat aan

U zult versteld staan van onze neus voor de praktijk. We vertrekken van gefundeerde theorie en illustreren die met praktijkvoorbeelden, cases en oefeningen.

U leert niet alleen van de uiteenzettingen van onze docenten. Laat u inspireren door uw collega-deelnemers. Door interactie en uitwisseling van ervaringen steekt u heel wat op.

Steven Van Belleghem schreef het veelbesproken boek 'De Conversation Manager'. U krijgt het als leidraad om de inzichten van het programma concreet toe te passen.



Frank Goedertier vertaalt het onderzoek van het Vlerick Brand Management Centre naar de praktijk.

Bruisend

“ Deze intensieve, inspirerende opleiding voert je mee langs bruisende merkvisies, strategische onderzoeksmodellen en boeiende cases. Het enthousiasme van de docenten werkt bijzonder aanstekelijk en bovendien leidt de interactie met hen en de andere deelnemers vaak tot interessante discussies en inzichten. ”

*Leen Crollet - Brand Manager,
BNP Paribas Fortis*



Module 1: Building brands

- Hoe een sterk merk bouwen?
- Hoe laadt u een merk met specifieke waarden? Hoe een goede merkidentiteit creëren?
- Wat is een merklevenscyclus en hoe speelt u hierop in?
- Hoe bouwt u uw merk uit via co-branding en merkextensies?

Module 2: Managing brands

- Hoe ontwikkelt u een positionering voor corporate en product brands?
- Hoe integreert u uw business-, merk- en communicatiepositionering?
- Hoe vertaalt u uw merkpositionering naar een concrete mediamix?

Module 3: Communicating brands

- Hoe stelt u een communicatieplan op?
- Welke merkcommunicatiedoelstellingen kunt u nastreven?
- Welke verschillende traditionele communicatiemedia zijn er? Wat zijn hun voor- en nadelen?
- Guerilla Marketing, branded entertainment, experience communication... Welke technieken kunt u toepassen om op een niet-traditionele manier over uw merk te communiceren?

Module 4: Branding in the digital age

- Hoe uw merk in een information overload context managen?
- Is een nieuw merkenmodel nodig in het digitale tijdperk?
- Hoe bouwt u een merk op via nieuwe media?
- Wat is de rol van word-of-mouth voor uw merk?
- Hoe een social media-strategie opbouwen voor uw merk?
- Hoe evolueert u van een marketing manager naar een conversation manager?

Uw docenten

- **Prof. dr. Frank Goedertier** is verantwoordelijk voor het Vlerick Brand Management Centre.
- **Prof. Steven Van Belleghem** is Managing Partner van InSites Consulting en schreef het boek 'De Conversation Manager'.
- **Geert Vanhees** is managing partner van 4Growth en heeft een uitgebreide expertise in merkpositionering.

Praktische info

Plaats en data

4 dagen

Campus Gent: 29 mei, 7, 19 & 26 juni 2012

Campus Leuven: 20 & 27 november en 4 & 11 december 2012

Taal

Nederlands

Prijs

€ 2.995 (excl. 21% BTW)

Inschrijven

U vindt alle info op pagina 19 of op

www.vlerick.be/brandmanagement

Vlerick Brand Community

Inspireer uw denken over merken.

www.vlerick.be/vlerickbrandcommunity

Product Management

Breng nieuwe producten en diensten met succes op de markt

Aan de rol van productmanager zijn hoge verwachtingen verbonden.

U moet nieuwe producten en diensten met succes positioneren en introduceren. De balans tussen sales en R&D in evenwicht houden. Van bestaande producten en innovaties de productlijn managen. En nieuwe producten in een competitief voordeel omzetten.

Productmanagers moeten zich ontpoppen tot heuse product champions die de klant, en de interne organisatie, met verve overtuigen. Need-for-speed productlevenscycli, online communicatie, vernieuwende distributiemogelijkheden, globalisering en moordende concurrentie zorgen ervoor dat u uw strategie voortdurend moet herzien.

U moet ook de markt opleiden en de vraag stimuleren als u een marktdoorbraak wilt realiseren. Net die marktdoorbraak blijft de ultieme uitdaging voor elke innovator.

Meerwaarde voor u en uw bedrijf

- U kent de nieuwste concepten en praktijken in productmanagement.
- U voorspelt de markt en u verovert ze dankzij strategische positioneringstechnieken, productlijnmanagement en een uitgekende communicatiemix.
- U vermarkt innovaties subliem en subtiel, want dat hebt u geleerd door het eigen projectwerk, de coaching en de feedback van de andere deelnemers.

Voor wie?

- U bent verantwoordelijk voor het op de markt brengen van nieuwe producten en diensten.
- U richt zich op product management, brand management, marketing en strategische planning.

Hebt u nog geen marketingachtergrond? Dan raden we u aan eerst 'Marketing Management voor niet-specialisten' te volgen.

Zo pakken we dat aan

U zult versteld staan van onze neus voor de praktijk. We vertrekken van theoretische concepten en inzichten over het lanceren van nieuwe producten en diensten. En we maken die concreet op een interactieve manier.

U krijgt in deze opleiding alleen de allerbeste sprekers, zowel professoren als praktijkexperts. Praktijkvoorbeelden en case discussies van lokale en internationale bedrijven vormen daarbij een waardevol praktisch kader.

U krijgt tools, checklists en templates om in werkgroepen, speeddating- en coachingsessies aan eigen projecten te sleutelen. Na de opleiding hebt u een aangescherpt productplan voor uw eigen product. En natuurlijk leert u ook van andere deelnemers door de koppen samen te steken en ervaringen uit te wisselen.



Marion Debruyne zet u op weg naar succesvolle marktstrategie en innovatie.

Module 1: Strategisch productmanagement

- Hoe reële consumentennoten ontdekken en beantwoorden? Een evenwicht creëren tussen consumentennoten en verwachtingen van productontwikkeling en R&D.
- Mapping your own context: weet waaraan u begint als u nieuwe producten en diensten lanceert.
- Productlevenscyclus en portfoliomanagement.

Module 2: Een succesvolle waardepropositie creëren

- 7 essentiële vragen bij het ontwikkelen van een waardepropositie.
- Hoe uw waardepropositie implementeren?
- De juiste boodschap ontwikkelen.

Module 3: Speed to market or speed up the market?

- Wat drijft marktacceptatie bij nieuwe producten en diensten?
- De markt voorspellen: wanneer volgt de grote doorbraak?
- De oorsprong van nieuwe categorieën en de barrières voor klantenadoptie.
- Is het belangrijk de eerste te zijn? Of beter te zijn?
- Is de eerste op de markt ook de eerste om te falen?
- Hoe bepaalt u het juiste moment om een nieuw product te vermarkten?

Module 4: Strategische timing en pricing van uw productlancering

- 'Eat or be eaten': de rol van kannibaliseren.
- Marktsegmentatie en productlijnmanagement.
- De invloed van pricing als marketingtool.

Module 5: Nieuwe producten op de markt brengen

- De 4 P's herbekeken bij het lanceren van nieuwe producten en diensten.
- De rol van social media in de communicatiemix.
- Hoe slim kiezen inzake distributiekanaal?
- De rol van het salesteam bij het vermarkten van nieuwe producten.
- Doordachte partnerships aangaan.

Module 6: De productmanager als interface

- Hoe ontpopt u zich tot een echte project/product champion?
- De productmanager als link tussen R&D en sales bij productontwikkeling.
- Hoe de interne organisatie meekrijgen?

Module 7: The big picture: competitieve marktstrategieën

- De productmanager als strateeg: nieuwe producten strategisch in de markt positioneren.
- Hoe een competitief voordeel ten volle uitspelen op de markt?

Uw docenten

- **Prof. dr. ir. Marion Debruyne** is gespecialiseerd in marktstrategie en innovatie.
- **Reggy Mortier** is Head of Market Directors bij Barco.
- **Prof. Steven Van Belleghem**, Insites Consulting, is auteur van het boek 'De Conversation Manager'.
- **Prof. dr. Kurt Verweire** is expert in competitieve marktstrategieën.

Praktische info

Plaats en data

4 dagen

Campus Gent: 8, 15, 22 en 29 mei 2012

Taal

Nederlands

Prijs

€ 2.995 (excl. 21% BTW)

Inschrijven

U vindt alle info op pagina 19 of op

www.vlerick.be/productmanagement

Verrijkend

“Dit programma gaf me een referentiekader om met meer vertrouwen en visie onze innovatie in de markt te zetten. Ook de interactie met de collega-deelnemers was verrijkend!”

Jean Vermeersch - Sales & Marketing Manager, New Valmar



Strategische B2B-marketing

Hoe winnen in business-to-business markten?

In business-to-business gaat het er harder aan toe dan ooit. Brengt u innovatieve diensten of producten op de markt? Dan wordt u binnen de kortste keren geïmiteerd. Zoeken naar wat het verschil maakt, blijft de boodschap.

Ook de prijsdruk neemt almaar toe doordat de aankoopfunctie aan strategisch belang wint. Bovendien worden de klanten overstelpt met commerciële boodschappen via tal van media. Uw verkopers krijgen nog moeilijk een voet tussen de deur.

Hoe past u zich als marketeer aan deze nieuwe marktcondities aan? Werken de oude strategische benaderingen en segmenteringsschema's nog? Hoe vult u uw product- of serviceportfolio optimaal in? Hoe communiceert u dit alles op een geïntegreerde manier voor maximale impact?

En hoe beheert u uw salesforce en schakelt u het internet in om uw communicatie, distributie en verkoopsinspanningen te ondersteunen?

Meerwaarde voor u en uw bedrijf

- U kent de kritische succesfactoren van strategische B2B-marketing.
- U leert heldere concepten en instrumenten voor de praktijk van uw B2B-marketing.

Voor wie?

- U bent actief bezig met het vermarkten van producten of diensten in B2B.
- U bent business unit manager, zaakvoerder, managing director, business development manager, marketing manager, product manager, sales & account manager of project manager.

Zo pakken we dat aan

U zult versteld staan van onze neus voor de praktijk. Elke sessie bestaat eerst uit een conceptueel deel. Daarin ontwikkelt u samen met collega-deelnemers duidelijke denkschema's. Daarna gaat u aan het werk om meteen de denkschema's aan uw praktijk te toetsen.



Spitante cases

“ De aanpak binnen Vlerick is héél vernieuwend en 'hands on': spitante cases, professoren die hun strepen in hun domein meer dan verdiend hebben en het academisch aspect dat een onmiskenbaar fundament is voor elke organisatie. De meerwaarde van de 'B2B strategische marketing'-opleiding is overduidelijk: het geeft onze organisatie een leidraad in het bepalen van onze doelstellingen en de strategie om die doelen te bereiken. Merci Vlerick! ”

Peter De Gryse – Managing Director,
DENK! Communication



Interactieve case study

Module 1: Het marktgedreven strategieproces

- Hoe bepaalt u uw markt en schermt u die af van concurrentie?
- Kiezen staat niet gelijk aan verliezen.
- Doorgedreven keuzes als basis van concurrentieel voordeel.

Module 2: Product line management

- Hoe beheert u uw product- en dienstenaanbod in het kader van uw B2B-marketingmix?
- Hoe positioneert u uw verscheidene producten en diensten tegen de concurrentie én elkaar?
- Hoe beheert u de trade-off tussen innovatie en volume?
- Hoe gaat u om met kannibalisatie?

Module 3: B2B-marketingcommunicatie

- Wat is de rol van branding in B2B-markten?
- Hoe ontwikkelt u een effectieve en efficiënte B2B-marketingcommunicatiecampagne?
- Hoe integreert u boodschappen en media voor maximale impact?
- Wat is de rol van internetcommunicatie?
- Hoe creatief laat de klant u toe te zijn?

Module 4: The Move towards Solution Selling (E)

- Moving from a product oriented sales approach to a service-oriented sales approach.
- Understanding and managing the dynamics of a service business and the impact of this move towards solutions in the sales approach.

Module 5: E-business

- Wat zijn de kritische succesfactoren voor het opstellen van een e-business-strategie?
- Wat zijn de voor- en nadelen van de verschillende e-businessmodellen?
- Voorbeelden van een real-life case over e-procurement en e-marketplaces.

Uw docenten

- **Prof. dr. Steve Muylle** heeft een sterke focus op en expertise in B2B-marketing.
- **Prof. dr. ir. Marion De Bruyne** is expert in marktstrategie en innovatie.
- **Prof. dr. Deva Rangarajan** is verantwoordelijk voor het Vlerick Sales Expertise Centre.

Praktische info

Plaats en data

4 dagen

Campus Gent: 7 & 8 juni 2012 en 14 & 15 juni 2012

Campus Leuven: 29 & 30 november en 6 & 7 december 2012

Taal

Nederlands (1 dag in het Engels)

Prijs

€ 2.995 (excl. 21% BTW)

Inschrijven

U vindt alle info op pagina 19 of op

www.vlerick.be/strategischeB2B

Executive Master Class in Business-to-Business

Maximaliseer de waarde voor u en uw klant Deeltijds modulaire opleiding

Klantwaarde creëren, communiceren en opleveren: het belang ervan is de voorbije jaren in het B2B-marketingdenken sterk toegenomen. Toch is het een moeilijke opgave. Want veel hebben kennis noch kunde om correct klantenwaarde in te schatten en een billijke return van de opgeleverde waarde te realiseren.

Hoe moet u als marketing- en salesprofessional uw strategieën formuleren in termen van klantenwaarde? Hoe maakt u ze concreet om uw marktaandeel en margedoelen te behalen?

De Executive Master Class in Business-to-Business Marketing & Sales geeft u het antwoord. Een internationaal, modulair programma dat met bewezen concepten en inzichten inspeelt op al uw vragen.

Meerwaarde voor u en uw bedrijf

- U werkt aan een in-company project dat een belangrijke strategische uitdaging voor u en uw bedrijf aanpakt.
- U hebt een actuele, brede en diepgaande kennis en praktijkinzichten in B2B-marketing & sales.
- U deelt ervaringen over best practices in B2B-marketing & sales met ervaren collega's van binnen en buiten uw sector.

Voor wie?

- U bent als marketing- & salesprofessional op zoek naar een uitgebreide B2B-marketingopleiding die de meest actuele thema's in B2B-marketing uitdiept.
- U bent marketing manager of director, (group) product of brand manager, sales- of (key) account manager of director.
- U bent manager in een professionele dienstverlenende organisatie.
- U bent general manager en/of ondernemer.
- U hebt minstens 3 jaar relevante werkervaring en een universitair diploma (of gelijkwaardig door werkervaring).

Zo pakken we dat aan

U leert in deze opleiding wat u nergens anders kunt leren. We onderbouwen onze concepten met tal van voorbeelden uit de praktijk. U krijgt de kans te werken aan uw individueel in-company project en krijgt daarbij coaching van een van onze ervaren professoren.

Dankzij het residentiële karakter van deze opleiding zijn er meer dan genoeg momenten om uw ervaring te delen met de andere deelnemers.

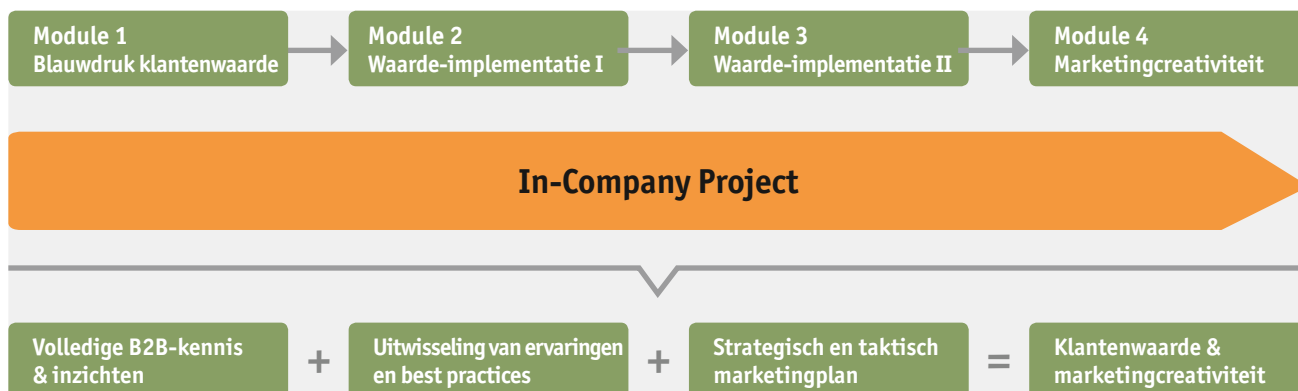


Durf anders te zijn

“De Executive Master Class heeft me geleerd om op een andere manier om te gaan met de campagnes van onze concullega's. De succesvolle marketingacties die vandaag werken, zijn morgen al achterhaald. “Wees een doelwit dat constant in beweging is”, “Durf anders te zijn”, “Vertaal eigenschappen naar voordelen” en “Wees een markt gedreven organisatie” werd onze dagelijkse focus bij New Holland! De kennis van de professoren, de gedeelde ervaringen en de ondernemende geest van de andere deelnemers waren erg waardevol.”

Lode Vande Vyvere – deelnemer 2011 – Marketing Manager,
New Holland Benelux

Marketing & Sales



Module 1: Blauwdruk voor klantenwaarde

- Hoe creëert, verdedigt en vernieuwt u klantenwaarde?
- Welke strategische tools kunt u toepassen om de concurrentie voor te zijn?

Module 2: Klantenwaarde implementeren (deel 1) - Klantenwaarde, aankoop, distributie, e-business

- Hoe definiëert u de waarde van uw bedrijfsaanbod?
- Hoe beheert u klantenwaarde, en hoe gaat u om met aankoop, distributie en e-business?

Module 3: Klantenwaarde implementeren (deel 2) - Prijszetting, verkoop, dienstverlening

- Hoe verstevigt u uw competitief voordeel door middel van effectieve verkoop, prijszetting en het bouwen van hechte klantenrelaties?
- Prijszetting en verkoop coördineren om een dienstverlenende organisatie te leiden.

Module 4: Marketing creativiteit en 'Imagination'

- Hoe creëert u nieuwe marktopportunities?
- Welke vaardigheden en competenties hebt u nodig om creatieve en beklivende marketingactiviteiten in de markt te zetten?

Uw docenten

- **Prof. dr. Steve Muylle** heeft al jaren een expertise in en een focus op B2B-marketing.
- **Prof. dr. ir. Marion De Bruyne** is een expert in marktstrategie en innovatie.
- **Prof. dr. Deva Rangarajan** is verantwoordelijk voor het Vlerick Sales Expertise Centre.

Praktische info

Plaats en data

15 dagen

14 – 17 maart 2012: Brugge

23 – 26 mei 2012: Gent

19 – 22 september 2012: Leuven

November 2012: plaats en data nog te bepalen

Taal

Engels

Prijs

€ 11.850 + € 1.500 seminariekosten (excl. 21% btw).

Vlucht en hotelkosten niet inbegrepen.

Inschrijven

U vindt alle info op pagina 19 of op

www.vlerick.be/emcb2b

We geven u de 'power to change'

“Daar steekt u wat van op!”

- Laat u inspireren door onze topdocenten en gastsprekers.
- Wissel ervaringen uit met sterke collega-deelnemers uit tal van sectoren en bedrijven.
- Analyseer de sterktes en zwaktes van uzelf en uw organisatie.
- Ga aan de slag en maak het verschil.



Company-specific opleidingen

Elk bedrijf is anders. Ook dat van u. Daarom heeft een opleiding specifiek voor uw bedrijf een enorme impact. Maar hoe beginnen we eraan?

Voor dit soort opleidingen steken we de koppen samen. We kijken met een open geest naar uw bedrijfsrealiteit: wat is er nodig voor uw organisatie en uw medewerkers?

Een stevig akkoord over de inhoud en de aanpak is het fundament van deze opleiding.

Resultaat: al uw collega's hebben na de opleiding hetzelfde referentiekader. Ze wisselen ervaringen uit. En u smeedt een hechter team.

Voor wie?

Hebt u minstens 10 medewerkers voor dezelfde managementopleiding? Doe een beroep op ons.

Zo pakken we dat aan

We vertrekken vanuit uw wensen. Wie zijn de deelnemers? Wat is de strategie van uw bedrijf? In welke omgeving is uw bedrijf actief? Wat zijn de specifieke uitdagingen voor uw bedrijf? Welke pedagogische aanpak volgen we? De antwoorden vormen de basis van ons voorstel.



**BNP PARIBAS
FORTIS**

Knappe mix

“ Vlerick verzorgde voor ons een marketingopleiding op maat. Het knappe aan de opleiding was de mix van de globale kijk en onderdompeling in de praktische middelen die onze marketeers ondersteunen in elke fase van hun project. Alleen een feilloze uitvoering brengt je marktstrategie tot leven! ”

Barbara Roels – Director Value Proposition Private Banking, BNP Paribas Fortis



Opleiding op maat

“ Carrefour wil zijn middle management ten volle ondersteunen, ook via opleiding. Het bedrijf besliste in samenwerking met Vlerick de Carrefour Retail Business Academy op te zetten. In deze intensieve 15-daagse opleiding verdiepten de deelnemers zich in tal van managementdomeinen: van het retail businessmodel over retail marketing en supply chain management tot maatschappelijk verantwoord ondernemen. Een opleiding op maat dankzij de specifieke retailexpertise van Vlerick. ”

Ons onderzoek, uw praktijk

Maak gebruik van onze onderzoeksexpertise door onze experts in marketing & sales te laten samenwerken met uw organisatie. Dat kan in verschillende vormen: een onderzoekspartnership op langere termijn of kortere projecten voor advies en onderzoek.

Hoe meer waarde voor uw klant creëren, hoe uw merk beter te managen, hoe distributiekkanalen effectiever inzetten, hoe inspelen op koopgedrag: onze experts stellen de diagnose, brengen kansen in kaart, leiden strategische workshops en werken samen met u een actieplan uit.

We staan garant voor de wetenschappelijke onderbouw van projecten die we uitvoeren. Maar tegelijkertijd mag u er zeker van zijn: met ons onderzoek kunt u in de praktijk meteen aan de slag.

Maak gebruik van ons aanbod

Is uw organisatie op zoek naar een sterke interactie tussen theorie en praktijk? Neem contact op. Er is zeker een samenwerkingsformule die uw organisatie sterker maakt.



Baanbrekend

“ SWIFT besliste resoluut een nieuwe weg in te slaan en meer klantgericht en marktgedreven te worden. Ons bedrijf wil voortbouwen op de sterkte van onze technologie en onze messaging infrastructure. Toegang tot betekenisvol academisch onderzoek helpt dit veranderingsproces te sturen. Het voedt en ondersteunt ons denken rond marktgedreven productinnovatie. De aan SWIFT voorgestelde Vlerick Chair ‘Market Driven Innovation’ biedt ons al deze elementen. We willen baanbrekend onderzoek ontwikkelen in lijn met de strategie van SWIFT. Vandaag is het onderzoek vooral toegespitst op ‘crowd-sourcing’ en ‘co-creation communities’, twee onderwerpen die uiterst actueel zijn in marketing en innovatie. ”

Praktische info

Schrijf u in

Actie! Registreer online.
Vragen? Neem contact op met
Anke Cosijns
F + 32 9 210 98 61
anke.cosijns@vlerick.com
Reep 1
9000 Gent

Uw certificaat

U neemt deel aan onze opleidingen? Dan hebt u recht op een certificaat van Vlerick Management School.

Als u een Executive Master Class succesvol beëindigt, kunt u lid worden van Vlerick Alumni, een wereldwijd netwerk van meer dan 14.000 leden in 100 landen.

**Vlerick
Alumni**

Annuleren

Raadpleeg onze annulatievoorwaarden op www.vlerick.be/voorwaarden

Ons team is er voor u



Prof. dr. Steve Muylle
Hoofd Competentiecentrum
Marketing & Sales
T: + 32 9 210 98 77
steve.muylle@vlerick.com



Wendy Thijs
Product Manager
T: + 32 9 210 92 39
wendy.thijs@vlerick.com



Anke Cosijns
Programme Assistant
T: + 32 9 210 98 61
anke.cosijns@vlerick.com

Online inschrijven: snel en vlot

Schrijf u online in via
www.vlerick.be/marketingopleidingen



Financiële voordelen voor u?

- 10% korting voor betalende leden van Vlerick Alumni.
- Kmo-portefeuille: subsidies voor Vlaamse kmo's.
- Vlerick Social Profit Grants voor organisaties actief in de socialprofitsector.

U vindt meer info op www.vlerick.be/voordelen

Nog meer kennis voor u

- **Vlerick Retail Platform**
4 namiddagen voor en door retailers
www.vlerick.be/retailplatform
- **Vlerick Brand Community**
Inspireer uw denken over merken
www.vlerick.be/vlerickbrandcommunity

Nieuw!

- **Vlerick Conversation Management Platform**
Word een succesvolle Conversation Manager:
4 namiddagen met boeiende denkkaders en praktijkvoorbeelden.

www.vlerick.com/marketingopleidingen

Vlerick Leuven Gent Management School

Campus Brussel

Avenue du Boulevard/Bolwerklaan 21
1210 Brussel, België



Campus Gent

Reep 1
9000 Gent, België



Campus Leuven

Vlamingenstraat 83
3000 Leuven, België



Campus St. Petersburg

Birzhevaya Liniya 16
St. Petersburg, 199034, Rusland



**Vlerick Leuven Gent
Management School**