

Beroepscompetentieprofiel

Marketing medewerker

Regie: ECABO
Datum wijzigen: 9-2-2004
Versie 1

BEROEPSCOMPETENTIEPROFIEL Marketing medewerker (CA 004)		
Algemene informatie	datum: 9-2-2004	versie: 1
Onder regie van kenniscentrum beroepsonderwijs bedrijfsleven	ECABO	
Ontwikkeld door	ECABO, afdeling Ontwikkeling en Innovatie	
Brondocument(en)	• Rapportage arbeidsmarktmonitor; DUO Market Research (februari 2001) • Verrijking van de kerntaken; ECABO (2002) • Analyse van de verrijkte kerntaken; ECABO (2003) • Examineisen NIMA Marketing-Oriëntatie; NIMA (april 2002) • Examineisen NIMA Marketing-A; NIMA (september 2001)	
Legitimering beroepscompetentieprofiel		
- op format vereisten door	Kenniscentrum beroepsonderwijs bedrijfsleven ECABO	dd. 26-1-2004
- op inhoud door	ECABO Adviescommissie Bestuur Commercieel	dd. 29-1-2004
Mogelijke functiebenamingen		
• Marketing medewerker • Marketingassistent • Direct marketing medewerker, DM-medewerker • Marktonderzoeker		
Loopbaanmogelijkheden		
Het beroep van marketing medewerker kan dienen als opstap naar specialismen binnen het vakgebied marketing, zoals het beroep van marketeer. Dit zijn vaak beroepen op HBO-niveau. Anderzijds biedt dit beroep mogelijkheden over te stappen naar verkoopfuncties, al dan niet in de buitendienst.		

BEROEPSBESCHRIJVING	
beroepscontext / werkzaamheden	De marketing medewerker is voornamelijk werkzaam op een afdeling marketing bij een verscheidenheid aan organisaties en sectoren. Afhankelijk van de organisatie houdt de marketing medewerker zich naast marketing ook bezig met verkoop en/of communicatie. De marketing medewerker assisteert zijn leidinggevende (de afdelings- en/of marketingmanager) bij het opstellen van het marketingplan en/of deelplannen. Hij voert activiteiten uit voortkomende uit het marketingplan, zoals het bedenken, uitwerken en uitvoeren van marketingcampagnes. De marketing medewerker voert marktverkenningen uit. Hij zet zelf marktonderzoeken uit of begeleidt uitbesteedde marktonderzoeken. De marketing medewerker voert commerciële activiteiten uit zoals verkoopbevorderende, aftersales en promotionele activiteiten. De marketing medewerker probeert klanten op velerlei wijzen (en op innovatieve manieren) te interesseren en te aquireren voor producten en diensten van de organisatie. Bij het uitvoeren van de verschillende werkzaamheden onderhoudt de marketing medewerker contacten met klanten en relaties, maar ook met collega's. Contacten kunnen telefonisch, schriftelijk en/of elektronisch, maar ook face-to-face zijn. De marketing medewerker is (gedelegeerd) verantwoordelijk voor het relatiebeheer (inclusief het servicebeleid) van de organisatie. Hij kijkt hoe bestaande klanten behouden kunnen worden en hoe ze op de juiste wijze bediend kunnen worden (relatiemarketing). De marketing medewerker voert activiteiten uit op het gebied van informatie- en databeheer.
rol en verantwoordelijkheden	De marketing medewerker assisteert en ondersteunt op strategisch niveau (o.a. bij het opstellen van een marketingplan) en voert werkzaamheden uit het marketingplan en -beleid zelfstandig uit op operationeel niveau. Bij de marketing medewerker is er sprake van gedelegeerde verantwoordelijkheden. De reikwijdte van de (gedelegeerde) verantwoordelijkheden is mede afhankelijk van de afdeling waar de marketing medewerker werkt. Er zijn organisaties met afzonderlijke afdelingen voor marketing, verkoop en/of communicatie, maar ook organisaties die deze afdelingen geïntegreerd hebben. Zo kan de marketing medewerker verantwoordelijk zijn voor enkele specifieke tot een breed scala aan taken.
complexiteit	Het mede opstellen en uitvoeren van het marketingbeleid heeft een hoge mate van complexiteit. De marketing medewerker is namelijk mede verantwoordelijk voor het halen van de commerciële doelstellingen. Bovendien zijn veel werkzaamheden klantgerelateerd, zodat er sprake is van een hoog afbreukrisico van klantrelaties. Daarnaast wordt het beroep gekenmerkt door een redelijke variatie in en onvoorspelbaarheid van de werkzaamheden.

typerende beroepshouding	De marketing medewerker moet o.a. een nauwkeurige werkhouding hebben, klantgericht denken en zich klantgericht opstellen, proactief zijn, kunnen anticiperen, zowel mondeling als schriftelijk zeer vaardig zijn, sensitiviteit hebben, zich flexibel en dienstverlenend opstellen, zelfstandig én samen kunnen werken.
TRENDS / INNOVATIES	
Marktontwikkelingen	• Het opstellen en uitvoeren van marketingbeleid is niet meer alleen voorbehouden aan de profitsector, maar ook overheidsinstellingen en de not-for-profit-sector maken nu gebruik van marketingtechnieken. Dit betekent dat het werkveld van de marketing medewerker heel breed en divers is. • Binnen bedrijven en marketingafdelingen wordt veel nadruk gelegd op klantgerichtheid en service verlenen. Daarmee kunnen organisaties zich onderscheiden van de concurrent, want producten en/of diensten zijn vaak niet uniek. De rol van de medewerkers die primair klantcontact hebben is daarmee enorm gewijzigd, zij zijn namelijk het (echte) visitekaartje van het bedrijf geworden. Zij dienen de klant (nieuw maar zeker ook de bestaande) tevreden te krijgen en te houden. • Relatiemarketing (o.a. customer relationship management) ondersteund door relatiebeheersystemen en software wordt steeds belangrijker. • Klantcontact verloopt via vele (nieuwe) kanalen, bovendien vraagt de 24-uurs economie om constante bereikbaarheid. Bedrijven proberen daarop in te spelen door het inzetten van innovatieve marketing(vormen), zoals e-mail-marketing en e-commerce (beide zijn ondertussen al gemeengoed) en (aspecten van) internet. Voor de marketing medewerker betekent dit dat hij moet kunnen omgaan met deze nieuwe media(kanalen).
Wetgeving overheidsregulering	• Wet Bescherming Persoonsgegevens (privacywetgeving) • Ongevraagde Communicatie (onder auspiciën van DDMA) • het merkenrecht en de mediawet • Branchecodes zoals die van de Stichting Reclame Code
Technologische ontwikkelingen	• De door de marketing medewerker uit te voeren werkzaamheden worden steeds meer ondersteund door geautomatiseerde systemen: o.a. order-entry-systemen voor de orderverwerking waarbij bepaalde overzichtslijsten, documenten en formulieren automatisch worden aangemaakt, relatiebeheersystemen om klantcontacten op elk tijdstip en op elke plek te kunnen 'bewaken', contentmanagementsystemen om allerlei informatie te kunnen beheren en snel op te vragen. • De marketing medewerker heeft regelmatig te maken met internetgerelateerde werkzaamheden en moderne communicatiemiddelen. Kennis over en het kunnen toepassen van deze technologieën is onontbeerlijk.
Bedrijfsorganisatorische ontwikkelingen	• Relatiemarketing ondersteund door geautomatiseerde systemen groeit enorm. Vormen van customer relationship management (CRM) worden in veel bedrijven toegepast. • Bedrijven maken veelvuldig gebruik van internetmogelijkheden (zoals e-commerce).
Internationale ontwikkelingen	• De marketing medewerker kan werkzaam zijn binnen bedrijven die internationaal georiënteerd zijn. Vaardigheid in één of meerdere moderne vreemde talen en in het omgaan met cultuurverschillen wordt dan zeer op prijs gesteld.

KERNTAKEN VAN HET BEROEP

- 1 Verzorgt marketingplanning
- 2 Voert marktverkenningen en marktonderzoeken uit
- 3 Verzorgt commerciële activiteiten
- 4 Onderhoudt contacten en relaties
- 5 Beheert informatie en data
- 6 Organiseert evenementen

KERNTAAK 1**Verzorgt marketingplanning**

proces	De marketing medewerker draagt bij aan de voorbereiding en de uitwerking van het commercieel en marketingbeleid van de organisatie. Eén van de voorbereidingsactiviteiten is het assisteren van de marketing- of afdelingsmanager bij het opstellen van het strategisch marketingplan- en/of deelplannen. Het assisteren bestaat uit het aanleveren van de noodzakelijke input en het doen van voorstellen voor doelmarkt, omzet- en marktaandeelstellingen, marketingmix en productontwikkelingsbeslissingen. Het assisteren kan ook bestaan uit het, op verzoek van zijn leidinggevende, screenen van het strategisch marketingplan op onvolkomenheden. In dat geval neemt de marketing medewerker het marketingplan door en doet, daar waar nodig, (verbeter)voorstellen ('adviseren' van het management). Of het assisteren kan bestaan uit het, op verzoek, uitwerken van specifieke delen van het marketingplan. De marketing medewerker werkt dan via vastgestelde stappen aan het strategisch marketingplan. De marketing medewerker ontwikkelt (mee aan) langdurige marketingcampagnes. Het ontwikkelen kan bestaan uit het uitwerken van eigen ideeën in uitvoeringsplannen en het (zelf) uitvoeren van deze plannen en projecten. Het plan/project wordt door hem gecoördineerd, (o.a. budgettair en op tijdsplan) bewaakt en na afloop geëvalueerd. Het ontwikkelen kan ook bestaan uit het begeleiden van advies- en/of onderzoekbureaus in geval de marketingcampagnes en/of -vraagstukken worden uitbesteed. De marketing medewerker doet voorstellen voor het operationeel marketingplan, instrumentplannen (t.b.v. het product-, prijs- en/of distributiebeleid) en afgeleide plannen. Hij werkt, in opdracht, deze plannen (verder) uit en assisteert bij de uitvoering van de marketingprojecten.
rol / verantwoordelijkheden	De marketing medewerker assisteert zijn leidinggevende (marketingmanager) bij het verzorgen van de marketingplanning (inclusief het marketingplan) en voert de operationele werkzaamheden zo veel mogelijk zelfstandig uit. Hij moet in staat zijn een marketingplan te analyseren en onderbouwde (verbeter)voorstellen te doen. Indien nodig verwoordt hij deze in een rapport en/of licht hij zijn voorstellen toe. De marketing medewerker voert de werkzaamheden op basis van gedelegeerde verantwoordelijkheden uit. De marketingmanager is en blijft de eindverantwoordelijke binnen deze kerntaak.
complexiteit	Het op strategisch niveau meedenken over de marketingplanning heeft een hoge mate van complexiteit (abstractieniveau). Kennis en inzicht in het marketingplanningsproces is voorwaardelijk voor het correct kunnen uitvoeren van de (operationele) werkzaamheden. De werkzaamheden binnen deze taak hebben alle een hoge mate van complexiteit. Voor het doen van voorstellen, het formuleren van ideeën of het uitwerken van (operationele) plannings e.d. is het hebben van een 'helikopterview' noodzakelijk.
betrokkenen	De marketing medewerker werkt voornamelijk intern nauw samen met zijn leidinggevende en/of marketingmanager en collega's van zijn eigen afdeling, maar heeft daarnaast ook te maken met medewerkers van de afdeling verkoop, inkoop, administratie, service, communicatie, productie, logistiek, alsmede buitendienstmedewerkers.
(hulp-)middelen	De werkzaamheden worden zoveel mogelijk uitgevoerd met behulp van geautomatiseerde systemen. Daartoe maakt de marketing medewerker veelvuldig gebruik van zijn computer en relevante softwarepakketten. Indien noodzakelijk voor de werkzaamheden maakt de marketing medewerker tevens gebruik van printer, fax, scanner, kopieerapparaat en traditionele kantoorbenodigdheden.
kwaliteit van proces en resultaat	De marketing medewerker is nauwkeurig bij het aanleveren van de noodzakelijke gegevens en informatie, het doen van voorstellen en het uitwerken van de (operationele) plannen. Hij voert de opdrachten conform (intern) vastgestelde (kwaliteits)procedures uit en houdt zich aan afspraken met zijn leidinggevende of interne opdrachtgever. Hij formuleert ideeën helder, wat blijkt uit zijn plannen en de toelichting die hij daarop geeft. Daarnaast is hij in staat zelfstandig te werken.
keuzes en dilemma's	Zelfstandigheid versus bevoegdheid De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij zelf de aangewezen persoon is om een beslissing binnen het marketingplanningsproces te nemen of dat de beslissing door anderen binnen de organisatie moet worden genomen. Hij moet daarbij steeds de afweging maken tussen (voor)bespreking met zijn leidinggevende of met andere afdelingen of het zelfstandig nemen van een beslissing. Afwerken taken versus pro-activiteit De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij alleen de opdrachten die hij krijgt strikt uitvoert (bijvoorbeeld het aanleveren van informatie) of dat hij ook mogelijke dienstverleningsverhogende activiteiten uitvoert (bijvoorbeeld niet gevraagde informatie aanleveren) of initieert (bijvoorbeeld extern informatie aanvragen).

De regels volgen versus creativiteit

De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij bij het uitwerken van plannen (planningen) de regels en/of procedures strikt blijft volgen of niet (omdat afwijken van deze regels juist tot een beter resultaat zal leiden).

Korte termijn versus lange termijn

De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij besluit direct één klant blij te maken of juist later vele anderen.

KERNTAAK 2**Voert marktverkenningen en marktonderzoeken uit**

proces	De marketing medewerker voert marktverkenningen uit ter ondersteuning (ter voorbereiding) van het opstellen van een marketingplan en -planning. Daaronder vallen analyses naar knelpunten en mogelijkheden in de markt en in de eigen organisatie, naar ontwikkelingen op de markt(en) waarbinnen de organisatie zich begeeft, eisen van huidige en potentiële afnemers t.a.v. van het product en/of dienst e.d. Anderzijds voert de marketing medewerker marktverkenningen uit ter realisering van het marketingplan en -planning. Verder dient de marketing medewerker altijd alert te zijn op ontwikkelingen t.a.v. de markt, het product en/of de dienst en de klant. Hij probeert deze constant te volgen. Werkzaamheden zijn: het lezen van marktonderzoeksrapporten en (eenvoudige) steekproefonderzoeken, het lezen (bijhouden) van vaktijdschriften, raadplegen van marktinformatiebronnen en databasebestanden, zoeken op internet naar ontwikkelingen (wat betreft platforms, brancheorganisaties, marktplaatsen e.d.). De marketing medewerker ontplooit ook eigen initiatieven zoals het opzetten van internetactiviteiten (o.a. discussiegroep op de website) om specifieke informatie te verzamelen of het inventariseren van de standhouders en beursbezoekers van een beursbezoek. Het niet naar wens verlopen van de verkoop van een bepaald product, de wens tot het inkopen van een bepaalde dienst, het willen 'meten' van welke doelgroepen geïnteresseerd zijn in welk product en/of dienst of een bepaalde marketingactie kunnen aanleiding zijn voor het uitvoeren van een marktonderzoek. De marketing medewerker voert regelmatig onderzoeken uit naar de klanttevredenheid als vast onderdeel binnen kwaliteitszorg. Afhankelijk van de wensen van de organisatie voert de marketing medewerker zelf een (markt)onderzoek uit of assisteert hij bij het uitbesteden van marktonderzoeken aan interne (marktonderzoeks)afdelingen of externe marktonderzoeksbureaus. In beide gevallen vertaalt de marketing medewerker de marketingdoelstellingen naar marktonderzoekdoelstellingen en bepaalt en/of denkt hij mee over de te nemen stappen in het onderzoeksproces en de inhoud van het onderzoek. Het uitwerken van het onderzoek en de uitkomsten van het (zelf afgenomen) onderzoek doet de marketing medewerker m.b.v. een statistisch verwerkingsprogramma. Het opstellen van een onderzoeksrapportage is vaak niet een taak voor de marketing medewerker. Rapportages van externe onderzoeksbureaus checkt de marketing medewerker op onvolkomenheden (bijvoorbeeld wat betreft de genomen steekproef), hij interpreteert de uitkomsten en hij informeert (rapporteert) zijn leidinggevende en/of het management over de onderzoeksresultaten.
rol / verantwoordelijkheden	De marketing medewerker voert marktverkenningen en eenvoudige marktonderzoeken zelfstandig uit. Bij het uitzetten van complexere marktonderzoeken en het uitbesteden van marktonderzoek assisteert hij. De marketing medewerker analyseert en beoordeelt de uitkomsten en verwoordt deze in een rapport of hij licht ze toe. De marketing medewerker voert de werkzaamheden op basis van gedelegeerde verantwoordelijkheden uit.
complexiteit	Afhankelijk van de 'diepte' c.q. grootte van de analyses, marktverkenningen en marktonderzoeken varieert ook de complexiteit van deze taak. Het zelf uitvoeren of het assisteren bij uitbesteding van marktonderzoek is voor de marketing medewerker een complexe taak, omdat uitvoering en begeleiding een nauwkeurige en representatieve houding verlangt en hij (gedelegeerd) als opdrachtgever regievoerend moet zijn. Het interpreteren van de onderzoeksuitkomsten vergt een goed analytisch vermogen. Daarnaast moet de marketing medewerker de uitkomsten helder verwoorden (al dan niet in een rapport).
betrokkenen	De marketing medewerker werkt intern nauw samen met collega's van zijn eigen afdeling, maar heeft daarnaast ook te maken met medewerkers van de afdeling verkoop, communicatie en soms productie, logistiek, alsmede buitendienstmedewerkers. Bovendien heeft hij veelvuldig contact met medewerkers van marktonderzoeksbureaus en/of te interviewen personen.
(hulp-)middelen	De werkzaamheden binnen deze taak worden zoveel mogelijk uitgevoerd met behulp van geautomatiseerde systemen. Daartoe maakt de marketing medewerker veelvuldig gebruik van zijn computer en relevante softwarepakketten. Indien noodzakelijk voor de werkzaamheden maakt de marketing medewerker gebruik van printer, fax, scanner, kopieerapparaat en kantoorbenodigdheden.
kwaliteit van proces en resultaat	De marketing medewerker is nauwkeurig bij het voorbereiden en begeleiden van een (uitbesteed) onderzoek en bij het verwerken van de data. Hij voert de opdrachten conform (intern) vastgestelde (kwaliteits)procedures uit en houdt zich aan afspraken die hij met de leidinggevende of interne opdrachtgever gemaakt heeft. Hij formuleert helder, wat blijkt uit zijn rapporten en de toelichting die hij daarop geeft. Daarnaast is hij in staat zelfstandig te werken.

keuzes en dilemma's

Zelf uitvoeren of uitbesteden van onderzoek

De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij voor te verkrijgen informatie en/of inzichten kan volstaan met een zelf uitgevoerd eenvoudig onderzoek of dat hij moet besluiten een groter onderzoek te laten uitvoeren (waarbij meer en makkelijker de 'diepte' in kan worden gegaan).

Belangrijke informatie versus minder belangrijke informatie

De marketing medewerker moet regelmatig van verkregen informatie (uit marktverkenningen) en/of resultaten uit een marktonderzoek bepalen of deze belangrijk zijn voor de organisatie of helemaal niet.

KERNTAAK 5**Beheert informatie en data**

proces	Om het marketing- c.q. verkoopbeleid met succes te kunnen uitvoeren levert de marketing medewerker een bijdrage aan de realisatie en instandhouding van een adequaat informatiesysteem. Door het vastleggen van de juiste gegevens (data) door de marketing medewerker (maar ook andere collega's) in het informatiesysteem en deze gegevens organisatiebreed toegankelijk te maken, is de organisatie in staat snel over de juiste (management)informatie te beschikken, om succesvol te kunnen ondernemen. De juiste informatie dient als noodzakelijk uitgangspunt voor beleidsbeslissingen (kerntaak 1) maar ook voor het uitvoeren van succesvolle commerciële activiteiten (kerntaak 3). Bovendien wordt de informatie door de marketing medewerker gebruikt om de inhoud van de website up-to-date te houden (beheer van de website ligt vaak bij de communicatieafdeling). De marketing medewerker moet weten welke informatie hij in de toekomst nodig heeft voor het werven en behouden van klanten, dus: wie zijn de klanten, wat is het dat deze klanten tot klanten maakt, wat doet de organisatie daarom blijkbaar goed, waarom veranderen de wensen van de klanten, wat betekent dit voor de organisatie, hoe reageren de concurrenten daar op, wat zal de organisatie dan doen e.d. Daartoe geeft hij selecties aan de ICT-afdeling aan of maakt de selecties (indien technisch mogelijk) zelf aan. De marketing medewerker verzamelt (intern) informatie, bijvoorbeeld door het aankopen van informatie ten behoeve van mailingacties. Hij verwerkt de informatie en archiveert additionele informatie. Hij maakt daartoe gebruik van (verschillende vormen van) informatiebeheer- en archiveringsystemen en voert de werkzaamheden uit conform vastgestelde kwaliteitsprocedures (zoals beschreven in het kwaliteitshandboek). Het beheren van informatie en data is een 'samenwerkingsproces' van meerdere afdelingen, waarbij elke afdeling haar eigen verantwoordelijkheid heeft (ICT voor de techniek en databeheer, verkoop voor de verkoopinformatie e.d.). Het beheren van de marketinginformatie ligt primair bij de marketingafdeling en de marketing medewerker.
rol / verantwoordelijkheden	De marketing medewerker is mede verantwoordelijk voor een goed informatiebeheer: hij verzamelt, verwerkt en archiveert de bedrijfsinformatie, bijvoorbeeld ten behoeve van de website. Hij voert de operationele werkzaamheden zo veel mogelijk zelfstandig uit. De marketing medewerker rapporteert rechtstreeks aan zijn leidinggevende en er is sprake van gedelegeerde verantwoordelijkheden.
complexiteit	Bij het verwerken en beheren van informatie zit de complexiteit in de nauwkeurigheid. Er dient vaak strikt conform de kwaliteitsprocedures te worden gewerkt.
betrokkenen	De marketing medewerker werkt intern nauw samen met collega's van zijn eigen afdeling, maar heeft daarnaast ook te maken met medewerkers van de afdeling verkoop, communicatie, ICT en soms productie en logistiek, alsmede buitendienstmedewerkers.
(hulp-)middelen	De werkzaamheden binnen deze taak worden zoveel mogelijk uitgevoerd met behulp van geautomatiseerde systemen. Daartoe maakt de marketing medewerker veelvuldig gebruik van zijn computer en relevante softwarepakketten. Indien noodzakelijk voor de werkzaamheden maakt de marketing medewerker tevens gebruik van printer, fax, scanner, kopieerapparaat en kantoorbenodigdheden.
kwaliteit van proces en resultaat	De marketing medewerker is zorgvuldig bij het verwerken, documenteren, archiveren en beheren van de (marketing)informatie. De marketing medewerker voert het informatiebeheer conform vastgestelde kwaliteitsprocedures uit, daarbij houdt hij bovendien rekening met de afspraken gemaakt met zijn leidinggevende of interne opdrachtgever.
keuzes en dilemma's	Prioritering De marketing medewerker moet regelmatig bepalen welke werkzaamheden hij het eerst verricht. Afwerken taken versus pro-activiteit De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij alleen de opdrachten die hij krijgt strikt uitvoert of dat hij ook mogelijke dienstverleningsverhogende activiteiten uitvoert of initieert. Zelfstandigheid versus verantwoording De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij (te verwachten) problemen meldt aan zijn leidinggevende of niet. Bewaren versus vernietigen De marketing medewerker moet gezien de beperkte tijd en archiefruimte regelmatig op basis van een inschatting van de toekomstige vraag bepalen of

informatie bewaard wordt of niet.

KERNTAAK 3**Verzorgt commerciële activiteiten**

proces	De marketing medewerker assisteert bij werkzaamheden uit het operationeel marketingplan(ning) en/of verkoopplan. Hij verzamelt ter voorbereiding achtergrondinformatie en maakt gebruik van de nodige bronnen. Bovendien formuleert hij marketing- en/of verkoopdoelstellingen ter voorbereiding van het uitvoeren van deze kerntaak. De marketing medewerker bedenkt, ontwikkelt, begeleidt en voert zelf activiteiten uit het operationeel marketingplan uit. Het gaat hierbij om activiteiten die geen langere looptijd dan één jaar hebben en waarbij één of meerdere marketingmixinstrumenten (promotie, prijs, product, plaats) ingezet worden om een marketingdoelstelling te behalen (ook wel actiemarketing genoemd). Voorbeelden zijn: concurrentieanalyse op productniveau, toepassen van prijsstrategieën en concurrentiegerichtte prijsstellingen, kortings- en bonussystemen, klantloyaliteitsprogramma's, aftersales en specifieke verkoopacties (zoals bij productintroducties) . De marketing medewerker bedenkt, ontwikkelt, begeleidt en voert zelf activiteiten uit het verkoopplan uit om een verkoopdoelstelling te behalen. Hij voert verkoopsgesprekken: herkent koopsignalen, adviseert en informeert de klant (over het product/de dienst, leveringsvoorwaarden, prijzen e.d.), reageert op bezwaren en neemt andere koopweerstand weg en onderhandelt over de verkoop van producten en diensten. Hij verwerft telefonisch en digitaal (via internet) orders en acquireert nieuwe klanten (via direct marketing activiteiten zoals telemarketing en telesales). Hij voert speciale en/of gerichte verkoop- en marketingacties uit: hij houdt (verkoop)presentaties en/of demonstraties t.b.v productintroducties c.q. -vernieuwingen, hij werkt mee aan beïnvloeding van personen die voor een organisatie zitting hebben in de Decision Making Unit, hij verzorgt activiteiten op het gebied van after-sales, cross- en upselling, follow-up e.d. De marketing medewerker handelt de orders (opdrachten) administratief af: van het opstellen van offertes tot het bewaken van de orders (opdrachten). Hij werkt hiervoor samen met collega's van de verkoop-, productie- en logistieke afdeling. De marketing medewerker voert eenvoudige (commerciële) calculaties uit. De marketing medewerker assisteert de communicatieafdeling bij promotionele activiteiten, zoals informatiedagen, beurzen e.d. De marketing medewerker maakt gebruik van vastgestelde kwaliteitsprocedures (zoals beschreven in het kwaliteitshandboek).
rol / verantwoordelijkheden	De marketing medewerker assisteert de marketing- en/of verkoopafdeling bij het uitvoeren van commerciële activiteiten en voert de operationele werkzaamheden zo veel mogelijk zelfstandig uit. De marketing medewerker is zowel in staat marketing- en verkoopbevorderende activiteiten te ontwikkelen als zelf producten en diensten te verkopen. De marketing medewerker rapporteert rechtstreeks aan zijn leidinggevende en er is sprake van gedelegeerde verantwoordelijkheden.
complexiteit	De werkzaamheden binnen de kerntaak zijn vanwege het commerciële karakter redelijk complex. Bovendien zijn de werkzaamheden vaak klantgerelateerd, zodat er sprake is van een hoog afbreukrisico van klantrelaties. Daarnaast maakt de onvoorspelbaarheid (ondanks een adequate planning) van de werkzaamheden en acties de taak redelijk complex.
betrokkenen	De marketing medewerker werkt intern nauw samen met collega's van zijn eigen afdeling, maar heeft daarnaast ook te maken met medewerkers van de afdeling verkoop, communicatie en soms productie en logistiek, alsmede buitendienstmedewerkers. Bovendien heeft hij vaak veelvuldig contact met klanten en medewerkers van adviesbureaus (marketing, reclame, communicatie).
(hulp-)middelen	De werkzaamheden binnen deze taak worden zoveel mogelijk uitgevoerd met behulp van geautomatiseerde systemen. Daartoe maakt de marketing medewerker veelvuldig gebruik van zijn computer en relevante softwarepakketten. Indien noodzakelijk voor de werkzaamheden maakt de marketing medewerker tevens gebruik van printer, fax, scanner, kopieerapparaat en kantoorbenodigdheden.
kwaliteit van proces en resultaat	De marketing medewerker toont commercieel inzicht, ontdekt 'gaten in de markt' en kan daarop met activiteiten inspelen. Bovendien is hij klantgericht, waardoor hij in staat is koopsignalen bij de klant te herkennen. De marketing medewerker voert de commerciële activiteiten conform vastgestelde kwaliteitsprocedures uit, daarbij houdt hij bovendien rekening met de afspraken gemaakt met zijn leidinggevende of een interne opdrachtgever.
keuzes en dilemma's	Informatie achterhouden versus openheid De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij de klant bepaalde gegevens/informatie verstrekt of dat hij deze vanuit organisatiebelang achterhoudt. Klantgerichtheid versus organisatievoorschriften De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij tegemoet komt aan

speciale wensen van de klant of dat hij de regels/interne procedures van de organisatie opvolgt.

Zelfstandigheid versus bevoegdheid

De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij zelf de aangewezen persoon is om een beslissing te nemen of dat deze door anderen binnen de organisatie moet worden genomen.

KERNTAAK 4**Onderhoudt contacten en relaties**

proces	De marketing medewerker onderhoudt externe contacten: hij voert inbound en outbound telefoongesprekken, handelt schriftelijk en elektronisch klantcontact af, ontvangt en begeleidt klanten, leveranciers, partners e.d. Het gaat hierbij om zowel aanbodgerichte als vraaggerichte communicatie. De marketing medewerker onderhoudt contacten met interne afdelingen (inclusief de commerciële buitendienst): werkt samen t.b.v. het orderproces, brieft informatie (bijvoorbeeld klantgedrag, klantbehoeften) door, neemt deel aan werkoverleggen e.d. De marketing medewerker organiseert beursdeelname: hij regelt de voorbereidingen (klaarmaken van brochures, standbemanning e.d.), ontwikkelt beursacties, besteedt eventueel activiteiten uit, begeleidt de beursdagen, bemant de stands e.d. De marketing medewerker verzorgt het relatiebeheer (inclusief servicebeleid): hij begeleidt professioneel klanten, volgt ontwikkelingen van eigen accounts, informeert klanten pro-actief bij vertragingen en wijzigingen ('early warning') e.d. Hij verzorgt op het gebied van customer service o.a. de klachtenbehandeling. De marketing medewerker maakt gebruik van vastgestelde kwaliteitsprocedures (zoals beschreven in het kwaliteitshandboek). Hij registreert de inkomende en uitgaande communicatie m.b.v. de daarvoor bestemde computersystemen en bewaakt de uitvoering van de verschillende vragen en verzoeken. Hij signaleert bij klantcontacten klantbehoeften en/of -wensen en afzetmogelijkheden. Hij geeft (in)direct (via het systeem) feedback over klanten, producten en diensten. Hij legt in het systeem de opmerkingen m.b.t. kwaliteit vast, zoals regelmatig terugkerende vragen, klachten en opmerkingen.
rol / verantwoordelijkheden	De marketing medewerker onderhoudt zelfstandig en pro-actief, conform de kwaliteitsprocedures, contacten en relaties. Bij klantcontacten representeert hij conform de huisregels de organisatie. De marketing medewerker kent (en voelt zich verantwoordelijk voor) het belang van het verzorgen van relatiebeheer en servicegerichte activiteiten. Hij werkt nauw samen met collega's. De marketing medewerker rapporteert rechtstreeks aan zijn leidinggevende en er is sprake van gedelegeerde verantwoordelijkheden.
complexiteit	Het afbreukrisico van klantrelaties maakt de taak complex. Daarnaast maakt de onvoorspelbaarheid van klantcontact de taak redelijk complex. De variatie in werkzaamheden en het omgaan met cultuurverschillen kan complex zijn.
betrokkenen	De marketing medewerker werkt intern nauw samen met collega's van zijn eigen afdeling, maar heeft daarnaast ook te maken met medewerkers van andere afdelingen (inclusief de commerciële buitendienst). Bovendien heeft hij veelvuldig contact met klanten, leveranciers, partners en medewerkers van advies- (marketing, reclame, communicatie) en marktonderzoeksbureaus.
(hulp-)middelen	De werkzaamheden binnen deze taak worden uitgevoerd met behulp van geautomatiseerde systemen. Daartoe maakt de marketing medewerker veelvuldig gebruik van zijn computer en relevante softwarepakketten. Indien noodzakelijk voor de werkzaamheden maakt de marketing medewerker gebruik van printer, fax, scanner, kopieerapparaat en kantoorbenodigdheden. Daarnaast maakt de marketing medewerker veelvuldig gebruik van moderne communicatiemiddelen en (nieuwe ontwikkelingen op het gebied van) internet.
kwaliteit van proces en resultaat	De marketing medewerker is communicatief zeer vaardig (zowel mondeling als schriftelijk), zodat de samenwerking met collega's en medewerkers van externe adviesbureau's en collega's uitstekend verloopt. Daarnaast is de marketing medewerker in staat zich bij contacten klantgericht op te stellen en ten allen tijde het belang van de organisatie in het oog te houden. Hij (re)presenteert de organisatie conform kwaliteitsprocedures (zoals beschreven in het kwaliteitshandboek).
keuzes en dilemma's	Prioritering De marketing medewerker moet regelmatig bepalen welke werkzaamheden hij het eerst verricht. Afwerken taken versus pro-activiteit De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij alleen de opdrachten die hij krijgt strikt uitvoert of dat hij ook mogelijke dienstverleningsverhogende activiteiten uitvoert of initieert. Klantgerichtheid versus organisatievoorschriften De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij tegemoet komt aan speciale wensen van de klant of dat hij de regels/interne procedures van de organisatie opvolgt. Zelfstandigheid versus (inhouds)deskundigheid

	De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij zelf de aangewezen persoon is om een vraag te beantwoorden of dat hij de vraag aan een collega met de juiste expertise moet doorspelen.
KERNTAAK 6 Organiseert evenementen	
proces	De marketing medewerker organiseert kleine evenementen en assisteert bij de organisatie van grotere evenementen, zoals open dagen, symposia, beurzen, congressen en activiteiten op het gebied van sponsoring. Hij werkt daarvoor projectplannen c.q. -ideeën uit en zorgt voor de formulering van doelstellingen, het vaststellen van (tussentijdse) mijlpalen en van budgetvoorstellen. Hij maakt ter voorbereiding op de evenementen checklisten, draaiboeken en bemensingsplannen. Hij stelt het programma op, maakt en verstuurt de uitnodigingen e.d. Hij plant de locatie, benadert sprekers en/of standhouders e.d. Hij besteedt werkzaamheden (drukwerk, catering e.d.) uit en huurt indien nodig diensten (standopbouw, personeel, artiesten e.d.) in. Hij organiseert briefings bij de start van evenementen. Tijdens het evenement bewaakt hij (mede) de planning en het budget en voert waar nodig hand- en spandiensten uit. Aan het eind zorgt hij voor een adequate evaluatie van het evenement en rapporteert (al dan niet schriftelijk via een evaluatierapport) over de resultaten aan de opdrachtgever.
rol / verantwoordelijkheden	De marketing medewerker organiseert kleine evenementen zelf, bij grotere evenementen assisteert hij de opdrachtgever en/of projectleider. Hij voert zelfstandig alle voorkomende werkzaamheden binnen deze kerntaak uit. Hierbij is sprake van gedelegeerde verantwoordelijkheden. Hij rapporteert rechtstreeks aan de opdrachtgever.
complexiteit	De complexiteit van deze kerntaak zit o.a. in het hoge afbreukrisico van evenementen en klantrelaties voor de organisatie. De marketing medewerker moet in staat zijn verschillende soorten (qua grootte en complexiteit) evenementen te organiseren.
betrokkenen	De marketing medewerker werkt intern nauw samen met collega's van zijn eigen afdeling, maar heeft daarnaast ook te maken met medewerkers van de afdelingen waarvoor hij de evenementen organiseert. Bovendien heeft hij contact met medewerkers van adviesbureaus bij uitbesteding van werkzaamheden en met (ingehuurde) medewerkers van dienstverleningsorganisaties (drukwerk, catering, artiestenbureau e.d.).
(hulp-)middelen	De werkzaamheden taak worden zoveel mogelijk uitgevoerd met behulp van geautomatiseerde systemen. Daartoe maakt de marketing medewerker veelvuldig gebruik van zijn computer, relevante softwarepakketten en moderne communicatiemiddelen. Zo nodig maakt hij gebruik van fax, printer, scanner, kopieerapparaat en kantoorbenodigdheden.
kwaliteit van proces en resultaat	De marketing medewerker is in staat verschillende kleine evenementen zelfstandig te organiseren. Bij grotere evenementen levert hij een structurele bijdrage aan het welslagen van het evenement. Alle werkzaamheden voert de marketing medewerker conform vastgestelde (kwaliteits)procedures, draaiboeken, planningen e.d. uit, en daarbij houdt hij zich aan de afspraken die hij met zijn leidinggevende en/of opdrachtgever gemaakt heeft. Hij is vaardig in het opstellen en toelichten van draaiboeken, programma's e.d.
keuzes en dilemma's	Zelf doen versus uitbesteden De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij bepaalde activiteiten zelf uitvoert of juist overlaat aan andere (deskundige) collega's of externe bureaus. Prioritering De marketing medewerker moet regelmatig bepalen welke werkzaamheden hij bij het organiseren van evenementen het eerst verricht. Zelfstandigheid versus verantwoording/bevoegdheid De marketing medewerker moet regelmatig bepalen of hij (te verwachten) problemen bij het organiseren van evenementen meldt aan zijn leidinggevende of niet en of hij zelf een beslissing kan nemen of niet.

KERNOPGAVEN VAN HET BEROEP

- 1 Verbanden tussen kerntaken leggen
De marketing medewerker staat voor de opgave resultaten van werkzaamheden binnen de ene kerntaak te koppelen aan werkzaamheden uit andere kerntaken.
- 2 Diversiteit in klantencontacten
De marketing medewerker staat voor de opgave bij klantcontact meerdere gesprekstechnieken in één contactmoment toe te passen. Bovendien dient hij meerdere klantbenaderingen toe te kunnen passen; elk klantcontact vergt een andere voorbereiding en aanpak. Een correcte taalbeheersing van het Nederlands en één of meerdere moderne vreemde talen is voor de marketing medewerker zeer belangrijk.
- 3 Commercieel handelen
De marketing medewerker staat voor de opgave om (commerciële) doelstellingen te halen. Hij zal zich altijd pro-actief moeten opstellen, altijd alert moeten zijn op 'verkoopkansen' en een resultaatgerichte werkhouding moeten hebben.

OVERZICHTSSCHEMA BEROEPSCOMPETENTIES EN KERNTAKEN

BEROEPSCOMPETENTIES	
vakmatig-methodisch (VM)	
1	Assisteren bij de ontwikkeling van een strategisch marketingplan
2	Voorstellen doen voor een operationeel marketingplan e.d
3	Coördineren van marketingprojecten
4	Uitvoeren van marktverkenningen
5	Opzetten, begeleiden en uitvoeren van marktonderzoeken
6	Ontwikkelen van operationele commerciële activiteiten
7	Geven van presentaties en demonstraties
8	Aquiren van klanten
9	Voeren van verkoopgesprekken
10	Afhandelen van verkooptransacties
11	Uitvoeren van het relatiebeheer (inclusief customer service)
12	Beheren en archiveren van informatie
13	Organiseren van verschillende promotionele evenementen
14	Opstellen van begrotingen en bijhouden van uitgaven
bestuurlijk-organisatorisch en strategische (BOS)	
15	Handelen naar verantwoordelijkheid en bevoegdheid
16	Plannen van de werkzaamheden
17	Initiatief nemen binnen takenpakket
18	Omgaan met vertrouwelijke informatie
sociaal-communicatieve (SC)	
19	Samenwerken met interne en externe relaties
20	Voeren van telefoongesprekken
21	Schriftelijk en digitaal communiceren met klanten
22	Ontvangen en begeleiden van klanten
23	Participeren binnen (werk)overleggen
24	Adequaat omgaan met culturele verschillen
ontwikkelings (ON)	
25	Eigen handelen evalueren en bijstellen
26	Feedback vragen/ontvangen
27	Vakkennis en ontwikkelingen bijhouden

KERNTAAK														
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
X		X												
X														
X	X	X			X									
	X													
	X													
		X												
		X												
		X												
		X												
			X											
	X	X		X										
					X									
					X									
X	X	X	X	X	X									
X	X	X	X	X	X									
X	X	X	X	X	X									
X	X	X	X	X	X									
X	X	X	X	X	X									
X	X	X	X	X	X									
X	X	X	X	X	X									
X	X	X	X	X	X									

OVERZICHTSSCHEMA BEROEPSCOMPETENTIES EN KERNOPGAVEN

BEROEPSCOMPETENTIES		KERNOPGAVE														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
vakmatig-methodisch (VM)																
1	Assisteren bij de ontwikkeling van een strategisch marketingplan	X		X												
2	Voorstellen doen voor een operationeel marketingplan e.d.	X		X												
3	Coördineren van marketingprojecten	X														
4	Uitvoeren van marktverkenningen	X	X	X												
5	Opzetten, begeleiden en uitvoeren van marktonderzoeken	X	X													
6	Ontwikkelen van operationele commerciële activiteiten	X	X	X												
7	Geven van presentaties en demonstraties	X	X	X												
8	Aquireren van klanten	X	X	X												
9	Voeren van verkoopgesprekken	X	X	X												
10	Afhandelen van verkooptransacties	X	X	X												
11	Uitvoeren van het relatiebeheer (inclusief customer service)	X	X	X												
12	Beheren en archiveren van informatie	X														
13	Organiseren van verschillende promotionele evenementen	X		X												
14	Opstellen van begrotingen en bijhouden van uitgaven	X	X	X												
bestuurlijk-organisatorisch en strategische (BOS)																
15	Handelen naar verantwoordelijkheid en bevoegdheid	X	X	X												
16	Plannen van de werkzaamheden	X	X	X												
17	Initiatief nemen binnen takenpakket	X	X	X												
18	Omgaan met vertrouwelijke informatie	X	X	X												
sociaal-communicatieve (SC)																
19	Samenwerken met interne en externe relaties	X	X	X												
20	Voeren van telefoongesprekken	X	X	X												
21	Schriftelijk en digitaal communiceren met klanten	X	X	X												
22	Ontvangen en begeleiden van klanten	X	X	X												
23	Participeren binnen (werk)overleggen	X	X	X												
24	Adequaaf omgaan met culturele verschillen	X	X	X												
ontwikkelings (ON)																
25	Eigen handelen evalueren en bijstellen	X	X	X												
26	Feedback vragen/ontvangen	X	X	X												
27	Vakkennis en ontwikkelingen bijhouden	X	X	X												

BEROEPCOMPETENTIES MET SUCCESCRITERIA	
Nr. 1	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze te assisteren bij het opstellen van een strategisch marketingplan en zelfstandig specifieke onderdelen van een strategisch marketingplan uit te werken ten behoeve van een effectief marketingbeleid.
Succescriteria	
Proces	Levert de noodzakelijke input voor het strategisch marketingplan aan
	Doet voorstellen voor doelmarktkeuze, omzet- en marktaandeelstellingen e.d.
	Screent (op verzoek) het strategisch marketingplan
	Werkt (op verzoek) specifieke delen van het strategisch marketingplan uit
Resultaat	Geleverde assistentie bij het strategisch marketingplan is waardevol
	Bijdrage is conform richtlijnen voor het opstellen van een strategisch marketingplan
Nr. 2	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze voorstellen te doen voor een operationeel marketingplan en instrument- en afgeleide plannen ten behoeve van een effectief marketingbeleid.
Succescriteria	
Proces	Doet voorstellen voor de inhoud van een operationeel marketingplan
	Doet voorstellen voor de inhoud van instrumentplannen (t.a.v. product, prijs, distributie)
	Doet voorstellen voor afgeleide plannen (marketingcommunicatie (promotie, reclame) en verkoop)
	Maakt gebruik van innovatieve marketinginstrumenten (e-mail, web, SMS e.d.)
Resultaat	Toepasbare voorstellen voor de verschillende plannen
Nr. 3	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze marketingprojecten en -activiteiten te coördineren ten behoeve van een correcte projectuitvoering.
Succescriteria	
Proces	Verzamelt ter voorbereiding de noodzakelijke informatie
	Werkt projectidee of -voorstel uit naar een correcte projectdoelstelling
	Stelt budget, tijdsplanning en middelen vast
	Werkt uitvoeringsplan uit
	Bewaakt tijdens projectuitvoering het vastgestelde budget en tijdsplan
	Begeleidt het project bij uitbesteding. Houdt o.a. briefings
	Evalueert het project (al dan niet via een rapportage)
	Maakt gebruik van ICT
Resultaat	Adequate projectvoorbereiding en -begeleiding
	Geplande projectresultaten zijn behaald
Nr. 4	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze marktverkenningen uit te voeren t.b.v. managementinformatie.
Succescriteria	
Proces	Raadpleegt en volgt nieuws- en marktinformatiebronnen, verzamelt intern informatie
	Analyseert markt-, product- en klantontwikkelingen
	Zet eigen initiatieven om in marktverkenningactiviteiten (bijvoorbeeld discussiemogelijkheden voor gebruikers op internet)
	Verwerkt informatie tot managementinformatie (rapporten)
	Maakt gebruik van ICT
Resultaat	Bruikbare managementinformatie
	Verkenning en analyse zijn conform kwaliteitsprocedures en gemaakte afspraken uitgevoerd

Nr. 5	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze marktonderzoeken op te zetten, zelf uit te voeren of te begeleiden t.b.v. managementinformatie.
Succescriteria	
Proces	Zet onderzoek op: formuleert onderzoeksdoel, probleemstelling en onderzoeksvragen, benodigde onderzoeksinformatie en informatiebronnen (soort onderzoek, steekproefkader en -omvang e.d.)
	Voert onderzoek zelf uit: verzamelt data, verwerkt de data statistisch, analyseert de data, interpreteert de onderzoeksresultaten
	Rapporteert resultaten en conclusies
	Begeleidt en toetst het marktonderzoek(sproces) bij uitbesteding
	Doet voorstellen voor (aanpassen van) het marketingbeleid
	Maakt gebruik van ICT
Resultaat	Een adequate begeleiding en/of uitvoering van het marktonderzoek (conform kwaliteitsprocedures en gemaakte afspraken)
	Heldere presentatie van onderzoeksresultaten en conclusies (managementinformatie)
Nr. 6	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze operationele commerciële activiteiten te ontwikkelen ten behoeve van een effectief en efficiënt verkoopbeleid.
Succescriteria	
Proces	Werkt een doelstelling uit het marketing- of verkoopplan uit tot een commerciële activiteit met gebruikmaking van één of meerdere marketingmixinstrumenten
Resultaat	Een uitvoerbare commerciële activiteit (op het gebied van reclame, sales promotion e.d.)
Nr. 7	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze presentaties en demonstraties te geven ter bevordering van de verkoop.
Succescriteria	
Proces	Bereidt (product)presentaties en/of demonstraties voor
	Drukt zich op duidelijke en overtuigende wijze in woord (en geschrift) uit
	Hanteert stem en taal correct
	Maakt gebruik van non-verbale communicatie
	Maakt adequaat gebruik van presentatiehulpmiddelen (sales organizers, flip-overs, beamer, laptop e.d) en ICT
Resultaat	Een presentatie en/of demonstratie afgestemd op doel en doelgroep
Nr. 8	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze (nieuwe) klanten te acquireren ten behoeve van een effectief en efficiënt verkoopbeleid.
Succescriteria	
Proces	Benadert potentiële klanten met behulp van direct marketing- en/of telemarketingtechnieken
	Werkt mee aan beïnvloeding van personen die deel uitmaken van de Decision Making Unit van een organisatie
Resultaat	Uitbreiding van het klantenbestand
	Verkoopt niet puur zijn product of dienst, maar zoekt naar de behoefte(n) en verkoopt de oplossing
Nr. 9	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze verkoopgesprekken te voeren ter bevordering van de verkoop.
Succescriteria	
Proces	Gaat na of de klant koopgerechtigd is
	Inventariseert wensen en verwachtingen van de klant
	Spitst verkoopargumenten toe op de wensen en koopweerstand van de klant
	Herkent koopsignalen in het gesprek (opmerkingen/vragen over kosten, hoeveelheden, levertijd e.d.)
	Onderhandelt met de klant o.a. over voorwaarden (prijs, betaling en levering)
	Hanteert verkoopmethoden en specifieke verkooptechnieken (o.a. cross-selling)
	Maakt (indien nodig) een vervolgspraak (voor de commerciële buitendienst)
Resultaat	Een correct verkoopgesprek (conform kwaliteitsprocedures en gemaakte afspraken)
	Een tevreden klant
	Zo hoog mogelijke verkoopcijfers

Nr. 10	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze verkooptransacties af te handelen.
Succescriteria	
Proces	Verzamelt noodzakelijke gegevens voor het opstellen de offerte respectievelijk de order
	Voert eenvoudige commerciële calculaties uit en stelt offertes en orders op
	Controleert bij aannemen van order of gemaakte afspraken (o.a. levertijd) nagekomen kunnen worden (zo niet dan reageert de medewerker pro-actief naar de klant toe)
	Bewaakt de orderafhandeling
Resultaat	Correcte orderafhandeling (conform kwaliteitsprocedures en gemaakte afspraken)
Nr. 11	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze het relatiebeheer (inclusief customer service) uit te voeren ten behoeve van de optimalisering van de serviceverlening.
Succescriteria	
Proces	Voert relatiemarketing-activiteiten uit (informeert klanten pro-actief bij wijzigingen ('early warning'), aftersales activiteiten, stuurt incensitives toe e.d.)
	Richt zich voornamelijk op klantbehoud en accounts
	Handelt klachten af
	Gedraagt zich klantgericht, klantvriendelijk en toont empathisch vermogen
	Signaleert klantbehoeften, klachten, knelpunten en verbeterpunten, legt deze vast in het systeem en geeft ze door aan collega's
Resultaat	Houding waarbij klantgericht gedacht en gehandeld wordt
	Gebruikt bij meermalig klantcontact informatie uit vorige gesprek(ken)
	Klachtenafhandeling verloopt conform kwaliteitsprocedures
	Kwaliteits(verbeter)voorstellen t.b.v. optimale serviceverlening en/of relatiebeheer
Nr. 12	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze elementaire informatie te beheren en te archiveren ten behoeve van functioneel informatiebeheer.
Succescriteria	
Proces	Archiveert informatie/gegevens in het systeem (databases of ordners)
	Inventariseert regelmatig de behoeften van de 'informatiegebruikers'
	Bewaakt de actualiteit en juistheid van de documenten
	Schoont informatiedossiers op met in achtname van bewaartermijnen
Resultaat	Opslagwijze van informatie is conform kwaliteitsprocedures
	Bruikbare, actuele en toegankelijke informatie
Nr. 13	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze verschillende promotionele evenementen te organiseren.
Succescriteria	
Proces	Organiseert o.a. bedrijfsbezoeken, symposia, beurzen en congressen en activiteiten op het gebied van sponsoring en donatie
	Voert tijdig overleg met de opdrachtgever over aard, inhoud, doel en beoogde deelnemers van het te organiseren evenement
	Overlegt met alle betrokkenen over de volledigheid en haalbaarheid van de uit te voeren activiteiten
	Schat benodigde en beschikbare tijd, kosten e.d. in
	Maakt een draaiboek
	Voert evaluatie (zoals enquête) uit en stelt evaluatierapport op
	Voert evaluatiegesprek met opdrachtgever
	Begeleidt en bewaakt (o.a. op tijdsplan en budget) het evenement
Resultaat	Een goed (technisch) verloop van het evenement
	Er is gewerkt conform draaiboek, afspraken en binnen het vastgestelde budget

Nr. 14	
Beroepscompetentie VM	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze begrotingen op te stellen en uitgaven bij te houden ten behoeve van de uitvoering van promotionele activiteiten en ter bewaking van de kosten.
Succescriteria	
Proces	Berekent nauwkeurig de kosten voor de inzet van personeel
	Vraagt offertes aan voor out of pocket kosten
	Stelt een sluitende begroting op
	Laat de begroting vaststellen door de opdrachtgever
	Registreert de daadwerkelijke inzet van het personeel (bewaakt de urenregistratie)
	Vergelijkt facturen met offertes en geleverde diensten/producten
	Laat facturen accorderen
Resultaat	Alle voorziene kosten zijn begroot, gedocumenteerd en geaccordeerd
	Alle werkelijke kosten en uitgaven zijn nauwkeurig beoordeeld, geaccordeerd, geregistreerd en gedocumenteerd
	Er kan een vergelijking worden gemaakt tussen de begroting en de werkelijke uitgaven
Nr. 15	
Beroepscompetentie BOS	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze te handelen in overeenstemming met de aan hem toegekende verantwoordelijkheden en bevoegdheden, ten behoeve van een efficiënte en betrouwbare bedrijfsvoering.
Succescriteria	
Proces	Stemt voorgenomen activiteiten af met leidinggevende of opdrachtgever
	Overlegt met collega's wanneer hij problemen voorziet met werkzaamheden
	Gaat secuur met zijn tekenbevoegdheid om of laat documenten zo nodig door leidinggevende ondertekenen
Resultaat	Doet geen beloftes/toezeggingen die niet kunnen worden waargemaakt
	Draagt werkzaamheden waarvoor hij niet verantwoordelijk of bevoegd is over aan collega's/leidinggevers die dat wel zijn
Nr. 16	
Beroepscompetentie BOS	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze de eigen werkzaamheden te plannen ten behoeve van een efficiënt werk- en bedrijfsproces.
Succescriteria	
Proces	Houdt zicht op de (nog) uit te voeren werkzaamheden
	Houdt rekening met veranderende eisen en omstandigheden
	Maakt een eigen werkplanning: schat daarbij benodigde en beschikbare tijd in, splitst activiteiten op in deelactiviteiten
	Maakt week- en maandoverzichten voor afdelingsprojecten
	Voert de werkzaamheden zelfstandig volgens planning uit
Resultaat	Haalbare, efficiënte planning
	Voert werkzaamheden volgens planning uit
Nr. 17	
Beroepscompetentie BOS	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze initiatief te nemen binnen de grenzen van het eigen takenpakket.
Succescriteria	
Proces	Stelt zich pro-actief op
	Onderkent behoeften van anderen door te luisteren
	Analyseert knelpunten
	Doet suggesties voor veranderingen op de afdeling
	Doet voorstellen aan klanten
	Zoekt gericht extra verkoopkansen
	Past werkzaamheden waar nodig aan
Resultaat	Komt in actie voordat dit wordt gevraagd en voordat omstandigheden tot actie dwingen
Nr. 18	
Beroepscompetentie BOS	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze om te gaan met vertrouwelijke informatie om de belangen van het bedrijf en de privacy van personen te borgen.
Succescriteria	
Proces	Reageert assertief en discreet op vragen en verzoeken die de belangen van het bedrijf en de privacy van personen kunnen bedreigen
	Bewaart vertrouwelijke documenten op een plaats die niet toegankelijk is voor onbevoegden
Resultaat	Verstrekt geen gegevens of informatie aan personen of organisaties waardoor de belangen van het bedrijf en de privacy van personen kunnen worden geschaad
	Houdt rekening met de invloed van zijn handelen op de eigen organisatie en die van de klant

Nr. 19	
Beroepscompetentie SC	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze samen te werken met interne en externe relaties op verschillend niveau in het belang van het functioneren van de organisatie.
Succescriteria	
Proces	Stelt zich coöperatief, flexibel en dienstverlenend op
	Begeleidt medewerkers van externe adviesbureaus in geval van uitbesteding van projecten
Resultaat	Samenwerking
	Relaties beschouwen de medewerker als representatief voor de organisatie
Nr. 20	
Beroepscompetentie SC	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze telefoongesprekken te voeren ten behoeve van efficiënte informatieoverdracht.
Succescriteria	
Proces	Voert inbound telefoongesprekken
	Voert outbound telefoongesprekken
	Voert specifieke telefoongesprekken (o.a. service- en adviesgesprek, slecht nieuwsgesprek, inventarisatiegesprek, enquête)
	Spreekt correct Nederlands en minimaal één moderne vreemde taal
Resultaat	Correcte (conform kwaliteitsprocedures en gemaakte afspraken) behandeling van het klantcontact
Nr. 21	
Beroepscompetentie SC	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze schriftelijk en digitaal te communiceren met klanten.
Succescriteria	
Proces	Informeert bij de opdrachtgever naar het doel van berichten en naar de persoon en/of positie van de ontvanger van de berichten
	Haalt uit het document (brief, e-mail e.d.) de klantvraag en de juiste klantemotie (bijvoorbeeld frustratie e.d.)
	Stelt een conceptdocument op: past taalgebruik en stijl aan, aan doel en doelgroep
	Overlegt indien nodig met opdrachtgever of legt conceptdocument aan hem voor
	Stelt definitief document op
	Legt document ter ondertekening bij zijn leidinggevende
	Schrijft correct Nederlands en minimaal één moderne taal
Resultaat	Een correcte (conform kwaliteitsprocedures en gemaakte afspraken) behandeling van het klantcontact
Nr. 22	
Beroepscompetentie SC	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze klanten te ontvangen en te begeleiden.
Succescriteria	
Proces	Ontvangt de klant, opdrachtgever, standbezoeker
	Staat de klant correct en representatief te woord
	Geeft rondleidingen
	Begeleidt c.q. verwijst (indien nodig) de klant e.d. naar een collega (met de juiste expertise)
Resultaat	Een correcte (conform kwaliteitsprocedures) ontvangst en begeleiding
	De klant is geholpen conform de algemeen geldende omgangsvormen
Nr. 23	
Beroepscompetentie SC	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze binnen (werk)overleggen te participeren.
Succescriteria	
Proces	Neemt deel aan de (werk)overleggen
	Heeft een pro-actieve werkhouding
	Formuleert ideeën helder en eenduidig
	Maakt korte overlegverslagen of notities van afspraken
Resultaat	Actieve deelname van de medewerker
	Eigen informatieoverdracht is inhoudelijk correct en draagt bij aan het overleg

Nr. 24	
Beroepscompetentie SC	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze om te gaan met collega's en klanten van verschillende culturele achtergrond.
Succescriteria	
Proces	Staat de interne/externe klanten correct/representatief te woord
	Toont inzicht in attitudes en interesses van gesprekspartners
	Inventariseert de informatiebehoefte op een efficiënte wijze
	Verstrekt de bezoeker de gevraagde informatie
	Verwijst de collega of klant (indien nodig) door
Resultaat	Houdt rekening met de culturele achtergrond van klanten en collega's
	Correcte omgang met collega's en klanten
Nr. 25	
Beroepscompetentie ON	De marketing medewerker is in staat om zijn eigen handelen op adequate wijze te evalueren en op basis van verkregen inzichten bij te stellen.
Succescriteria	
Proces	Vergelijkt gevolgd proces en behaald resultaat met dat van anderen, met procedures, criteria en/of voorbeelden
	Analyseert verschillen en overeenkomsten
	Stelt verbeterpunten op
	Erkent fouten of onvolkomenheden
Resultaat	Reflecteert op eigen zwaktes en sterktes
	Brengt aantoonbare verbeteringen aan
Nr. 26	
Beroepscompetentie ON	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze feedback op zijn eigen functioneren te vragen en te ontvangen.
Succescriteria	
Proces	Vraagt op eigen initiatief en gericht naar de kwaliteit van uitgevoerde werkprocessen en geleverde prestaties
	Staat open voor feedback: gaat in geval van kritische opmerkingen niet direct in de verdediging
Resultaat	Geeft aan op welke wijze feedback gebruikt wordt
Nr. 27	
Beroepscompetentie ON	De marketing medewerker is in staat om op adequate wijze vakkennis bij te houden, nieuwe ontwikkelingen in het beroep te volgen en toe te passen en door verbetering van eigen functioneren actief bij te dragen in verbetering van de bedrijfsvoering.
Succescriteria	
Proces	Leest regelmatig vakliteratuur
	Stelt zich functionele en realistische leerdoelen
	Volgt cursussen/trainingen met inzet en doorzettingsvermogen
	Test en beoordeelt nieuwe technieken, methoden en middelen
	Doet verbetervoorstellen en/of voorstellen voor aanschaf van nieuwe hulpmiddelen
Resultaat	Draagt aantoonbaar en actief bij aan de kwaliteitsverbetering en efficiëntie van werkzaamheden