

Deelnemers over de Claro Marketing Training

"Van de trainingen van Barbara heb ik nog dagelijks profijt. Ik ben als Consumenten Psycholoog het marktonderzoeksvak ingerold, dus een goede marketingbasis had ik eigenlijk niet. De Claro Marketing Training gaf mij veel inzichten en handvatten: van een goede propositie maken, tot inzicht in het framework van waaruit marketeers denken. Het enthousiasme en de ervaring waarmee Barbara de kennis overbrengt, is super. Met veel interactieve elementen en cases uit de praktijk om de stof tot leven te brengen."

Laura Birker – Kwalitatief onderzoeker Birker Research en Founder 'You, Me & Food'

"Terug naar de wortels van strategische marketing en communicatie. Barbara geeft als trainer veel aandacht aan het waarom en hoe en biedt kaders waarmee het prettig werken is. Veel aandacht voor leerbehoefte en geduldige uitleg maken, in combinatie met leuke en relevante praktijkcases, de trainingen van Barbara waardevol."

Tom Leenders, Senior Adviseur Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap



Over Barbara Stephanus

Barbara Stephanus heeft de Claro Marketing Training voor Marktonderzoekers bij diverse marktonderzoek- en marketing consultancy bureaus ingezet. Met haar oorsprong in kwalitatief onderzoek en rijke ervaring met concept development en positioneringstrajecten slaat zij de brug tussen marktonderzoek en marketingadvies.

Andere docererervaring:

- + Docent / onderzoeker UvA, faculteit Communicatiewetenschap
- + Studiebegeleider studenten Commerciële Economie, Hogeschool Leiden
- + Gastcolleges Marktonderzoek, Hogeschool Leiden en Hogeschool Leeuwarden
- + Workshops merkpositionering en kwalitatief marktonderzoek



Marketing made simple.



Training voor Marktonderzoekers

Overtuigd? Kijk op www.ClaroResearch.nl



Van klantinput naar slagvaardig marketingadvies

Het uitvoeren van een kwalitatief interview is een vaardigheid die onderzoekers vrij snel onder de knie hebben. Helder zicht krijgen op relevante behoeften vanuit klantreacties, en deze vervolgens doorvertalen naar scherp marketingadvies, vraagt echter meer kennis, training en vlieguren.

Claro Research heeft een Marketing training ontwikkeld voor Marktonderzoekers om juist dat inzicht te trainen en de brug te kunnen slaan tussen klantinput, klantbehoeften en (strategisch en praktisch) marketingadvies.

Voor wie?

Voor bureau- en bedrijfsonderzoekers met een kwalitatieve onderzoeksfocus en weinig achtergrond in (toegepaste) marketing

Waarom?

Deelnemers krijgen een framework aangereikt voor toegepaste marketing, met een nadrukkelijke rol voor concept development. Doel is om deelnemers op te leiden tot een gedegen gesprekspartner voor opdrachtgevers en marketingadvies naar een hoger plan te tillen.

Competenties

Wat kunnen deelnemers na de training?

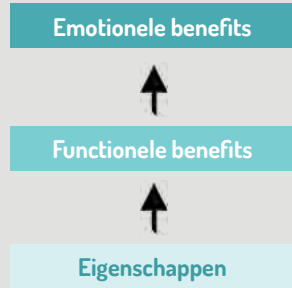
- + Beheersing van de basisprincipes van toegepaste marketing
- + Gestructureerd duiden van klantreacties in kwalitatief onderzoek
- + Schrijven van een goed concept
- + Opstellen van de elementen van een positionering
- + Maken van een vertaling van klantbehoeften naar strategisch en praktisch marketingadvies
- + Denken vanuit de context van de opdrachtgever

Hoe?

- + **Een incompany training – individueel of groepsgewijs**
Vooraf mede afgestemd op de wensen van uw organisatie. En na afronding een praktijkopdracht voor deelnemers om intern terug te presenteren + feedback voor elke deelnemer.
- + **Via inschrijving, op een centrale locatie in Amersfoort – in september, januari en maart.**
Kijk voor actuele data op de website www.claroresearch.nl

Module I:

van strategie naar consument



- + Definitie en ontwikkeling van marketing: van marketing 1.0 tot 3.0
- + Strategische marketingplanning
- + Marketingstrategie: afnemers en hun behoeften
- + Modellen om behoeften in kaart te brengen; centraal staat de ladder
- + Oefenen met laddering in een kwalitatief interview

Module IV:

de cirkel rond, van strategie → consument → concept → marketingmix

- + Deelnemers maken vooraf een case waarin alle vaardigheden samenkomen: klantbehoeften, concepting en vertaling naar de marketingmix
- + Evaluatie van de case
- + Concrete 'tips & tricks' voor het schrijven van rapportages en het geven van advies

Module II:

van consument naar concept

- + Marketingstrategie: aanbod
- + Positioneringsmodellen, w.o. BSR-model, Brand Key en merkarchetypen
- + Concept development
- + Schrijven van concepten / proposities

Module III:

van concept naar marketingmix

- + Evaluatie van de schrijfpodracht dagdeel II
- + Marketingmix
- + Vertaling van propositie naar de marketingmix

