

HOE KRIJGT MARKETING MEER PROCESKENNIS?

De vijf stappen naar procesgedreven marketing

De fundamentele elementen van marketingmanagement zijn de laatste decennia onveranderd gebleven, hoewel de opkomst van Business Process Management (BPM) in de meeste bedrijven nieuwe eisen stelt aan marketingafdelingen. Dit document beschrijft vijf praktische benaderingen hoe mensen in marketing proceskennis kunnen opdoen.

Marketingmanagers in veel bedrijven richten zich op het vormen van ideeën over wat klanten nodig hebben, de producten die ze aankunnen en de creatieve oplossingen om de twee samen te brengen. De fundamentele elementen van marketingmanagement zijn de laatste decennia onveranderd gebleven, hoewel de opkomst van Business Process Management (BPM) in de meeste bedrijven nieuwe eisen stelt aan marketingafdelingen.

Marketingafdelingen moeten mee ontwikkelen om doeltreffend te kunnen functioneren in een bedrijfsomgeving waar BPM met toenemende mate belangrijk wordt. We richten ons op het veranderende klimaat en de eisen waar marketing mee te maken heeft en tevens de nieuwe kennis en vaardigheden, met betrekking tot BPM, die van de marketingmanager vereist worden. Daarnaast laten we in dit white paper door middel van praktische stappen zien hoe mensen in marketing proceskennis kunnen opdoen.

- Bepaal de visie
- Breid de vaardigheden van het marketingteam uit
- Vergaar kennis van de processen van het bedrijf
- Neem het voortouw
- Maak het een permanente verandering

Procesmanagement onderstreept het belang van het zich bewust zijn van de behoeften van je klant en om deze om te zetten in producten en diensten. De snel veranderende behoeften van de klant moet benadrukken dat het op één lijn brengen van bedrijfsprocessen om meer klanttevredenheid te verkrijgen zeer belangrijk is. Dit betekent dat procesmanagement niet alleen in de IT- en operationsafdelingen geïmplementeerd moet worden, maar dat het ook deel moet uitmaken van de opzet van de marketingafdeling.

Hoe krijgt marketing meer proceskennis?

procesmanagement stelt eisen aan marketing
hoe krijg je kennis van processen in marketing – een handboek
verandering van omgeving – de opkomst van BPM