

## Cross Industrie - Digital Marketing *Keukentafelsessies aan de Amstel*

Voor online marketeers organiseer ik 3 avonden over de grootste uitdaging van online marketing. Ik breng deelnemers met gelijke rangen en standen van verschillende organisaties bij elkaar om kennis en ervaring te laten uitwisselen over de kernvraag van de sessies: "welke invloed heeft een (online) marketing campagne op individuele transacties?"

### Resultaat

Frisse ideeën uit andere branches, inzichten hoe andere organisaties uitdagingen aanpakken die je met elkaar gemeen hebt, zoals: klantenservice, retentie, digitale klantbeleving en cultuurverandering. Een mooi extraatje is uitbreiding van je netwerk.

Van elke sessie wordt een verslag gemaakt, waardoor je de inhoud van de gesprekken kunt nalezen. Na de sessie volgt een korte opdracht van huiswerk om je voor te bereiden op de volgende sessie – zodat alle deelnemers telkens goed zijn voorbereid op elkaar.

### Subthema's

1. Geïntegreerde klantfocus via meerdere online marketing Touch points
2. Interpretatie van data om betere strategische marketing beslissingen te maken
3. Campagne op invloed en interactie - op waarde schatten
4. Beïnvloeden van klantgedrag via social media.
5. Vergroten retentie met het merk via online marketing

### Doelstelling cross industry

Waarom zelf het wiel uitvinden als de buurman dat al voor jou heeft gedaan? In cross industry sessies ga je letterlijk buiten je box. Je gaat de deur uit en afkijken bij professionals. Hiermee kom je sneller tot innovaties voor je eigen team of organisatie, doordat je bepaalde fouten niet zelf hoeft te maken in je creatieproces. Letterlijk naar buiten gaan is soms de beste manier om binnenin jou tot betere ideeën te komen. Afkijken bij organisaties met een totaal andere expertise kan juist bevorderend werken om een frisse wind in je eigen organisatie te blazen.

### Doelgroep

Groep van circa 15 deelnemers van minimaal 3 verschillende clubs (finance, retail, telecom, media) met de volgende functies:

- Online marketeers
- Campaign marketeers
- Content managers
- Databeheerders
- Marketing en marcom managers
- Projectmanagers





# Testimonials



*"In de sessies deel je kennis en ervaring met branche-vreemde partijen. Dat levert herkenning op en leuke insights. Leuk om te merken dat de uitdagingen overeenkomen en dat er verschillende aanpakken zijn."*

**Cas Konijnenbelt, head of digital SNS Bank Online**



*"Via cross industry ga je exploratief verbinden en gedachten scherpen. Je krijgt kans lering te trekken uit de ervaring van anderen. De zijn sessies zijn geschikt voor elk onderwerp waarbij de partijen delen dat er opportuniteiten zijn. Bijv. klantbinding, conversational, of typische branche specifieke gedeelde topics."*

**Jaro Redczus, verschillende rollen mbt team & organizational agility**



*"Met Maurits in cross industry deel je Best practices op t gebied van marketing en klantenservice uit andere branches, je bouwt netwerk op. Je krijgt inzicht in mogelijkheden vooral op gebied van klantenservice. Besef dat grotere partijen niet altijd verder zijn dan wij en met vergelijkbare uitdagingen worstelen. Retentie, digitale klantbeleving, cultuurverandering."*

**Matthijs van de Peppel, directeur marketing, data en service**



*"Via Maurits doe je met andere clubs frisse ideeën op voor uitdagingen die branche onafhankelijk zijn. Je doet inzicht op dat dezelfde uitdagingen overal spelen. Alleen dat al geeft een andere mindset aan je oplossingen. Je leert nadenken over andere manier van werken aan projecten, communiceren hierover en andere organisatiestructuur om sneller te acteren. Je kunt cross industry uitoefenen voor: werken met AVG, project werkwijze, abonnementenstructuren en waarde van data."*

**Liesbeth Schoorlemmer, Manager B2C Data & Klantbeleving**



*"Met Maurits in cross industry deel je Best practices op t gebied van marketing en In een cross industry met Maurits deel je kennis en ervaring met andere bedrijven en mensen. Je doet leuke en boeiende inzichten op in andere mensen en bedrijven. Hoe zij omgaan met het verbeteren van de contacten met de klant. te gebruiken voor: inzet van data, onderzoek, analyse en training van collega's. Klant benadering, data en transitie van bedrijven."*

**Heiko Imelman, directeur uitgever**