
Marketing & Communicatie

MBO Verkorte opleiding E-commerce Specialist

Kennismakingsopdracht



Kijk voor actuele startmomenten op
www.capabel.nl/opleidingen

 **Capabel Onderwijs** • Kort & krachtig

Kennismakingsopdracht E-Commerce Specialist

Introductie

Een E-Commerce Specialist is verantwoordelijk voor de online verkoop en online zichtbaarheid van je bedrijf en/of product. Je functie is veelzijdig. Je bent thuis in online marketing en op de hoogte van digitale ontwikkelingen in het vak. Je weet alles over hoe je werkt met webshops, websites, sociale media en marketing via zoekmachines. Zo richt jij je met online commerciële acties op de wensen van je klant. Ook ben je creatief en oplossingsgericht. Jij kan met gemak verkoopstrategieën bedenken, campagnes uitrollen of data analyseren.

Wat ga ik doen?

- Maak opdracht 1 en lees de casus.
- Vul je antwoorden in op het invulblad.
- Maak opdracht 2 en vul je antwoorden in op het invulblad.
- Controleer je antwoorden met het antwoordblad en lees de afsluiting.

Opdracht 1

Lees eerst de casus over internetmarketing tot en met de alinea over 'Zoekmachine marketing / SEO'. Je bedenkt als e-commerce specialist een online marketingcampagne voor een schoenenwinkel die de nieuwste trend schoenen verkoopt. Je mag zelf bedenken wat de trend is.

Denk aan:

- Verschillende kleuren
- Helemaal wit of zwart
- Accenten van andere materialen
- Duurzaamheid
- Dunne zolen
- Lampjes in de schoenen
- Nieuw type schoen

Als e-commerce specialist kies je voor e-mailmarketing in de campagne. Schrijf een e-mail aan eerdere klanten van de schoenenwinkel. Beschrijf in de mail wat de nieuwe trend is en wat het bijzonder maakt. Vertel waarom de klanten de schoenen moeten kopen. Je kan korting of een speciale aanbieding gebruiken, maar je mag ook een andere actie bedenken. Schrijf deze e-mail op het invulblad.

Opdracht 2

Lees nu de rest van de casus. Je kiest er ook voor om sociale media-marketing te gebruiken.

Bedenk voor de campagne:

- Hoe ziet de campagne eruit?
- Op welke sociale media plaats je de campagne?
- Wie is je doelgroep?
- Hoe richt je de campagne op deze doelgroep?

Vul je antwoorden in op het invulblad.

Casus

Internetmarketing in het kort

Internetmarketing is de term voor alle marketing die plaatsvindt via internet. Het staat ook bekend als digitale marketing, webmarketing of online marketing. Veel mensen brengen veel tijd door op het internet. Hierdoor is internetmarketing waardevol voor bedrijven om hun doelgroep te bereiken en nieuwe klanten aan te trekken. Online zichtbaarheid is erg belangrijk. Een effectieve onlinemarketingstrategie gebruikt meerdere platforms. Hieronder staan verschillende soorten internetmarketing:

E-mailmarketing

De meeste online marketingstrategieën hebben een vorm van e-mailmarketing. Als klanten hun mailadres met een merk delen, kan het bedrijf hen benaderen bij toekomstige marketingcampagnes. Enkele voorbeelden van e-mailmarketing zijn:

- Welkom heten van nieuwe klanten
- Reclame maken voor nieuwe producten of diensten
- Versturen van kortingscodes of speciale aanbiedingen
- Vragen om productfeedback

Contentmarketing

Contentmarketing bestaat uit het ontwikkelen en verspreiden van waardevolle content. Het doel is om nieuwe klanten aan te trekken. Dit kan via e-mails, op sociale media of op een eigen blog van het merk. Hier deelt een bedrijf verhalen over hun producten, branche of andere onderwerpen. Contentmarketing helpt ook om klanten te informeren en bij je merk te betrekken.

Zoekmachinemarketing / SEO

SEO ('search engine optimization') is een set technieken om je website beter vindbaar te maken door zoekmachines, zoals Google. Zoekmachines als Google bieden betaalde advertenties om een groter deel van je doelgroep te bereiken. Combineer SEO met contentmarketing, zodat nog meer klanten je website vinden.

Sociale media-marketing

Elk jaar is er onderzoek naar het sociale media-gebruik onder Nederlanders. Nederland kent 13,7 miljoen gebruikers van sociale media (2022). We zitten gemiddeld 107 minuten per dag op sociale media en gebruiken gemiddeld vier platforms. Je kunt je klanten altijd bereiken via sociale media, of ze nu op Facebook, Instagram of TikTok zitten. Afhankelijk van je doelen en budget zijn er verschillende manieren om sociale media in te zetten voor je marketing.

- **Organisch.** Organische sociale media-marketing is alles wat een bedrijf gratis kan doen. Denk aan berichten plaatsen of met klanten spreken.
- **Betaald.** Betaalde sociale media-marketing is alles waar een bedrijf geld voor betaald. Met betaalde advertenties op sociale media bereikt een bedrijf makkelijk nieuwe klanten.

Influencermarketing

Mensen vertrouwen vaak meer op andere mensen dan op advertenties als ze een aankoop doen. Zelfs als ze die mensen niet persoonlijk kennen. Een influencer is een beroemdheid of iemand die bekend is binnen een doelgroep. Bij influencermarketing betaal je een influencer om iets te vertellen over jouw product. Je betaalt influencers vaak een vast bedrag per bericht.

Influencermarketing kan op verschillende manieren:

- **Sociale media.** Sociale media is een makkelijke manier om met influencers te werken. Ze zijn vooral actief op Instagram en TikTok en hebben veel invloed.
- **Blogs.** Blogs zijn krachtige marketingtools voor industrieën zoals mode, reizen, koken en ouderschap.

Affiliate-marketing

Affiliate marketing lijkt op influencermarketing, maar heeft een ander verdienmodel. Je betaalt affiliates op basis van hoeveel klanten ze naar je site sturen. Affiliates hebben meestal een blog met een link in hun content.

Bron: <https://www.shopify.com/nl/blog/internet-marketing#> (aangepast en ingekort)

Invulblad opdracht 1

E-mail marketing

Invulblad opdracht 2

Online marketing	
Hoe ziet de sociale media-campagne eruit?	
Op welke sociale media plaats je de campagne?	
Wie is je doelgroep?	
Hoe spreek je deze doelgroep aan?	
Heb je zelf nog aanvullingen?	

Afsluiting

Ben je klaar met de opdracht? Denk dan na over de volgende vragen:

- Wat spreekt je vooral aan in de opleiding?
- Welke vragen heb je nog bij de opleiding?
- Wat wil je nog vragen aan de voorlichters?



We kunnen je wel vertellen hoe de lessen van Capabel eruitzien, maar als je werkelijk wilt ervaren hoe het is om bij ons te studeren, nodigen we je uit voor een vrijblijvende meelooplees. Je volgt dan een echte les in een klas met studenten, die jou graag vertellen waarom ze voor Capabel hebben gekozen. Lijkt je dat wat? Geef je dan op voor een meelooplees door je naam op de lijst te zetten, of door ons te bellen (088-2701270) of te mailen (info@capabel.nl).



Antwoordblad opdracht 1

Gebruik de voorbeelden van e-mailmarketing.

- Gebruik de voorbeelden voor Welkom heten van nieuwe klanten
- Reclame maken voor nieuwe producten of diensten
- Versturen van kortingscodes of speciale aanbiedingen
- Vragen om productfeedback

Meerdere antwoorden zijn goed. Hier staat een voorbeeld van een antwoord:

E-mailmarketing
<p>Beste klant,</p> <p>Als trouwe klant van onze winkels ontvangt u hierbij nieuws over de nieuwste trends op het gebied van schoenen.</p> <p>Met trots kunnen wij zeggen dat onze nieuwe sneakers, de TP 200, nu in de winkel liggen! Deze sneakers zijn speciaal ontworpen voor uw comfort en stijl.</p> <p>De TP 200-sneakers zijn te koop in verschillende kleuren en patronen, zoals rood met blauwe cirkels en gele strepen. De speciale zolen zorgen voor extra gemak tijdens het lopen. Daarnaast is deze sneaker op een duurzame manier gemaakt.</p> <p>Bestel de sneakers nu in een van onze winkels, dan loopt u als een van de eersten met dit nieuwe model naar buiten. Gebruik de code TP-200 bij uw bestelling voor 10% korting.</p> <p>We hopen u snel te zien in een van onze winkels!</p> <p>Met vriendelijke groet, Sneaker Society</p>

Antwoordblad opdracht 2

Meerdere antwoorden zijn goed. Hier staat een voorbeeld van een antwoord:

Online marketing	
Hoe ziet de sociale media-campagne eruit?	Een video van een bekende sporter die het nieuwe model sneakers draagt en ermee gaat sporten.
Op welke sociale media plaats je de campagne?	Op Facebook, Youtube en Instagram
Wie is je doelgroep?	Zowel mannen als vrouwen van 25 tot 30 jaar oud.
Hoe spreek je deze doelgroep aan?	Spreek de doelgroep aan door de juiste sporter in te huren voor de video. Kies een sporter die voor deze doelgroep erg bekend is. Benadruk ook punten die de doelgroep belangrijk vindt, zoals duurzaamheid.
Heb je zelf nog aanvullingen?	Plaats foto's op het account van de schoenenwinkel over hoe de schoenen worden gemaakt. Chat op sociale media met klanten.