Vak: Domein Onderzoek 6 credits: 5

Vakcode	CEVB23MSMONZ6
Naam	Domein Onderzoek 6
Studiejaar	2026-2027
ECTS credits	5
Taal	Nederlands
Coördinator	T.J. Fischer

Werkvormen	Opdracht
Toetsen	Onderzoek 6 / webanalytics - Computer, organisatie ToetsCentrum Sales 6 / salesvaardigheden - Overige toetsing

Leeruitkomsten

Leeruitkomsten:

Na afloop van deze cursus kan de student:

Webanalytics

- Webanalytics-gegevens analyseren en gebruiken om digitale marketingstrategieën te optimaliseren binnen commerciële economie;
- Webanalytics-tools toepassen en gegevens interpreteren;
- Kansen en knelpunten in digitale marketing identificeren;
- Aanbevelingen formuleren voor het verbeteren van digitale marketingprestaties;
- Digitale marketinginspanningen effectief meten, analyseren en optimaliseren op basis van datagestuurde inzichten;
- Bijdragen aan het behalen van marketingdoelstellingen binnen commerciële economie.

Salesvaardigheden

- Effectieve salesvaardigheden toepassen binnen commerciële economie;
- Succesvolle salesgesprekken voeren en klantbehoeften identificeren;
- Oplossingen aanbieden, leads genereren en onderhandelen om verkoopdoelstellingen te behalen;
- Waardevolle bijdragen leveren aan verkoop- en accountmanagementrollen;
- Relaties opbouwen die leiden tot succesvolle verkoopresultaten.

Inhoud

Niveau:

Niveau 2

Inhoud:

Webanalytics

De kern van dit studieonderdeel is studenten bekend maken met de werking van digital analytics en het benutten van de kracht van data gedreven marketing. Met gebruikmaking van het Analytics account van de Google Merchandise Store maken de studenten kennis met de diverse functionaliteiten en beschikbare data binnen deze analysetool. Voor diepere inzichten in het gebruik van data en de relevantie daarvan worden diverse hoofdstukken uit het Basisboek data-driven marketing behandeld. Uiteindelijk biedt de geboden stof voldoende basis voor het behalen van het certificaat Google Analytics 4. Er volgt een digitaal Multiple Choice (MC) tentamen. De vragen worden gesteld op basis van het studiemateriaal.

Salesvaardigheid

In jaar 1 heb je in blok 4 salesgesprekken gehad met de focus op het afsluiten van een kleine order.
In jaar twee maken we de stap naar Accountmanagement. Hierbij speelt de duurzame relatie een centrale rol. Hierbij ligt de nadruk met name op “mensen kopen van mensen” centraal en daarbij de fasen socialiseren/opening (sfeer in gesprek) en behoeftebepaling (gezamenlijk probleem/behoefte definiëren).
Als hbo-er is zeker op de langere termijn de kans groot als je in het salesvak terecht komt dat de duurzame relatie een rol gaat spelen, zeker bij grote orders. Vertrouwen en commitment zijn kern begrippen daarbij. Tijdens de verkoopgesprekken wordt dus ook met name gekeken of je in staat bent vertrouwen te winnen commitment te krijgen en daarbij oog hebt voor de duurzame relatie.
We gaan in jaar 2 weer gesprekken oefenen. Ons bekwamen in de fasen van het verkoopgesprek, we diepen de fasen verder uit en daarbij richten we ons in jaar 2 met name op de fasen:
1. De opening van het gesprek
2. De behoeftebepaling

Studiemateriaal:

Zie Brightspace of intranet.

Opgenomen in opleiding(en)

Commerciële Economie Major Marketing and Sales Management

School(s)

Ondernemen, Communicatie & Marketing

De ECTS onderwijscatalogus van de Hanzehogeschool Groningen wordt met de grootst mogelijke zorg samengesteld. Het is echter mogelijk dat de inhoud van de catalogus -en de daarin vervatte informatie- verouderd, incompleet of onjuist is. Aan de inhoud van de catalogus kunnen dan ook geen rechten worden ontleend.