

## FUNCTIEPROFIEL

|                          |                             |                          |
|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| <b>Functiecode:</b> S.04 | <b>Functiefamilie:</b> Staf | <b>Datum:</b> maart 2020 |
|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|

### Context

De marketingcommunicatieadviseur komt voor in een groot loonbedrijf. Kern van de functie ligt in het uitwerken van marketing- en communicatieplannen en het zorgen voor de realisatie daarvan door (onder andere) het geven van invulling en uitwerking aan communicatiemiddelen en -activiteiten, het organiseren van evenementen en het beheren van content. Hiertoe wordt eventueel gebruik gemaakt van de diensten van externen, zoals vormgevers, drukkers e.d. De marketing- en communicatiestrategie en uitgangspunten en kaders op het gebied van marketing en communicatie zijn een gegeven voor functiehouder.

Leidinggevende: niet-vakinhoudelijk leidinggevende  
Geeft leiding aan: niet van toepassing

### Resultaatprofiel

| TOEGEVOEGDE WAARDE  | RESULTAATINDICATOREN  |
|---|---|
| <b>Uitwerking marketing- en communicatieplannen</b><br>Marketing- en communicatieactiviteiten zijn onderzocht, geanalyseerd en uitgewerkt in de vorm van onderbouwde marketing- en communicatieplannen met aandacht voor doel, inhoud, doelgroep, vorm, middelen, budget e.d., een en ander in samenwerking en overleg met belanghebbenden.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- onderbouwde plannen t.a.v. resultaat, inhoud, vorm, planning, budget;</li> <li>- betrokkenheid, draagvlak en acceptatie intern;</li> <li>- impact op positionering en (naams)bekendheid organisatie en/of dienstverlening.</li> </ul>                        |
| <b>Realisatie marketing- en communicatieplannen</b><br>De realisatie van marketing- en communicatieactiviteiten is effectief aangestuurd wat betreft proces, inhoud, vorm, middelen e.d. door het zelf verzorgen van inhoudelijke en procesmatige activiteiten (projectmanagement, produceren content, issue- en stakeholdermanagement e.d.), maar ook door het coördineren van de inzet en bijdragen van in- en externen.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- realisatie beoogd effect;</li> <li>- inhoud, vorm conform kwaliteitseisen;</li> <li>- binnen gestelde termijn, budget;</li> <li>- bijdragen in- en externen conform afspraken.</li> </ul>  |
| <b>Organisatie evenementen</b><br>Aansluitend op doelstelling en doelgroep is invulling gegeven aan evenementen (inclusief benodigde voorzieningen) en zijn met in- en extern betrokkenen afspraken gemaakt over te leveren bijdragen. Tijdens de voorbereiding en uitvoering van evenementen is het proces bewaakt, de beschikbaarheid van benodigde middelen en voorzieningen gecontroleerd en zijn eventuele (dreigende) onvolkomenheden voorkomen c.q. opgelost in samenwerking met betrokkenen.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- invulling en voorzieningen aansluitend op beoogd doel en beleving;</li> <li>- bijdragen in- en externen conform afspraken;</li> <li>- effectieve afhandeling van (dreigende) verstoringen;</li> <li>- waardering van evenementen door deelnemers.</li> </ul> |
| <b>Contentbeheer</b><br>De content van websites, informatievoorziening via sociale media, e.d. is proactief beheerd en toegesneden op het beoogde effect van informatievoorziening voor de diverse doelgroepen.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- actualiteit van informatievoorziening op website, social media, e.d.;</li> <li>- effectiviteit van social media.</li> </ul>  |
| <b>Oprichtgeverschap</b><br>Met/door externe dienstverleners zijn eenduidige afspraken gemaakt/nagekomen over de inzet en bijdragen aan het realiseren van communicatieactiviteiten t.a.v. inhoud, vormgeving, productie e.d.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- eenduidige afspraken over bijdragen en voorwaarden;</li> <li>- feitelijke bijdragen conform afspraken.</li> </ul>  |
| <b>Effectmeting</b><br>De resultaten en het effect van marketing en communicatie zijn gemeten met behulp van daarop toegesneden onderzoeken en de uitkomsten hiervan leveren input voor de evaluatie en bijsturing van marketing en communicatie qua inhoud, vorm, agenda e.d.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- inzicht in effect van marketing en communicatie;</li> <li>- onderzoeksmethode aansluitend op beoogd doel, resultaat;</li> <li>- basis voor evaluatie en bijsturing.</li> </ul>   |
| <b>BEZWARENDE OMSTANDIGHEDEN</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Geen bijzondere.</li> </ul>  |   |
| <b>KENNIS EN ERVARING</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- HBO werk- en denkniveau (richting marketing en communicatie);</li> <li>- kennis van en ervaring met het adviseren over de invulling van marketing en communicatie aansluitend op beoogd doel, resultaat, doelgroep;</li> <li>- ervaring met het proces van de (redactionele, organisatorische) invulling en totstandkoming van marketing- en communicatieactiviteiten/-middelen;</li> <li>- beheersing van verschillende stijlvormen;</li> <li>- kennis van en ervaring met het uitwerken en uitvoeren van marketing- en communicatieplannen.</li> </ul> |   |
| <b>FUNCTIEGROEP: H</b>  |   |