



Stichting NIOC en de NIOC kennisbank

Stichting NIOC (www.nioc.nl) stelt zich conform zijn statuten tot doel: het realiseren van congressen over informatica onderwijs en voorts al hetgeen met een en ander rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de ruimste zin des woords.

De stichting NIOC neemt de archivering van de resultaten van de congressen voor zijn rekening. De website www.nioc.nl ontsluit onder "Eerdere congressen" de gearchiveerde websites van eerdere congressen. De vele afzonderlijke congresbijdragen zijn opgenomen in een kennisbank die via dezelfde website onder "NIOC kennisbank" ontsloten wordt.

Op dit moment bevat de NIOC kennisbank alle bijdragen, incl. die van het laatste congres (NIOC2023, gehouden op donderdag 30 maart 2023 jl. en georganiseerd door NHL Stenden Hogeschool). Bij elkaar bijna 1500 bijdragen!

We roepen je op, na het lezen van het document dat door jou is gedownload, de auteur(s) feedback te geven. Dit kan door je te registreren als gebruiker van de NIOC kennisbank. Na registratie krijg je bericht hoe in te loggen op de NIOC kennisbank.

Het eerstvolgende NIOC vindt plaats op donderdag 27 maart 2025 in Zwolle en wordt dan georganiseerd door Hogeschool Windesheim. Kijk op www.nioc2025.nl voor meer informatie.

Wil je op de hoogte blijven van de ontwikkeling rond Stichting NIOC en de NIOC kennisbank, schrijf je dan in op de nieuwsbrief via

www.nioc.nl/nioc-kennisbank/aanmelden-nieuwsbrief

Reacties over de NIOC kennisbank en de inhoud daarvan kun je richten aan de beheerder:

R. Smedinga kennisbank@nioc.nl.

Vermeld bij reacties jouw naam en telefoonnummer voor nader contact.

ONLINE MARKETING = ICT

NIOC 2015 - BART ENSINK

At the bottom of the slide, there are several thin, white, wavy lines that curve across the width of the page, creating a decorative border.

- Saxion - Bedrijfskundige Informatica
- UT - Toegepaste Communicatie Wetenschappen

- Werkgevers:
 - Innovadis - Websites, -shops, intranet
 - Caase.com - Cloud oplossingen - Google Enterprise
 - Indenty - B2B whitelabel online marketing producten en software
 - Gladiator - Online marketing diensten (B2B, B2C)



Wie is Gladior?



- Ruim 15 jaar ervaring
- 40 online marketing medewerkers
- AdWords en Analytics gecertificeerd
- Specialist in resultaat gerichte online marketingcampagnes
- Eigen research afdeling
- Eigen in-house ontwikkelde tools
- Veel kennis van de B2B en B2C markt



Partners & Kwalificaties



Waar we trots op zijn

Gladiator

Ditzo

OGER

INSTRUMENTS
gullimex

reclameland

smeva
part of the smev's refrigeration group

REDESTEIN

thuisin

cf
coffee fresh®

eurol
LUBRICANTS

LIFEHAMMER®

HEUVER
bandengroothandel

VESTING FINANCE

ARDANTA

PROFILE TYRECENTER
HEUVER

eliza was here

BNN

a.s.r.
de nederlandse
verzekerings
maatschappij
voor alle
verzekeringen

BVA
BVA-AUCTIONS.COM
Altijd wat te bieden

Tuinmeubelen.nl

WAT WAS ONLINE MARKETING?

Online marketing was een markt waarin **oud reclame denken** op het internet werd **geprojecteerd**. Je deed het **er bij**.

Focus lag op **snel, goedkoop** en veelal met **trucs** mensen naar slechte websites trekken. **Traffic** en **eyeballs** waren alles.



Overzichtelijk: Google, linkjes en email. Technische insteek.

Metten of **integreren** in eigen systemen bestond amper.

Website verantwoordelijkheid lag bij mensen **zonder digitale skills** of **ICT mindset**. Of een veel **te grote ICT mindset**.

Snelheid was **laag**, feedback bestond bijna niet, het was voor iedereen **de eerste keer**.

Website verantwoordelijkheid lag bij mensen **zonder digitale skills** of **ICT mindset**. Of een veel **te grote ICT mindset**.

Snelheid was **laag**, feedback bestond bijna niet, het was voor iedereen **de eerste keer**.

Maar toen.....

Het internet ontplofte....



Marketing en klantrelaties veranderden voorgoed



WORDPRESS

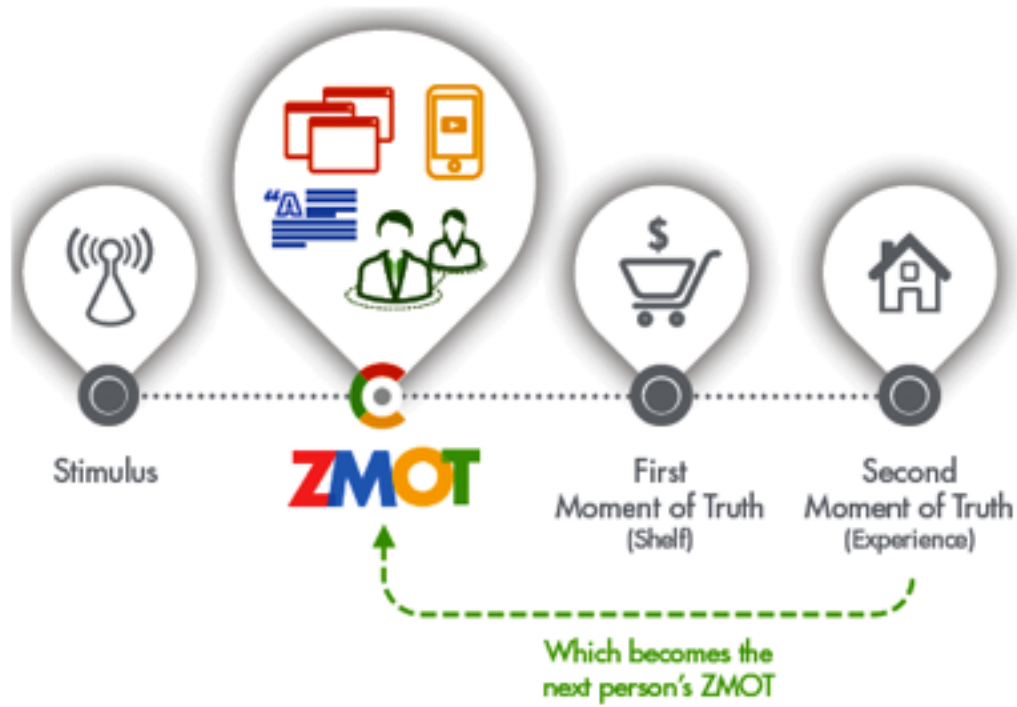


ANDROID

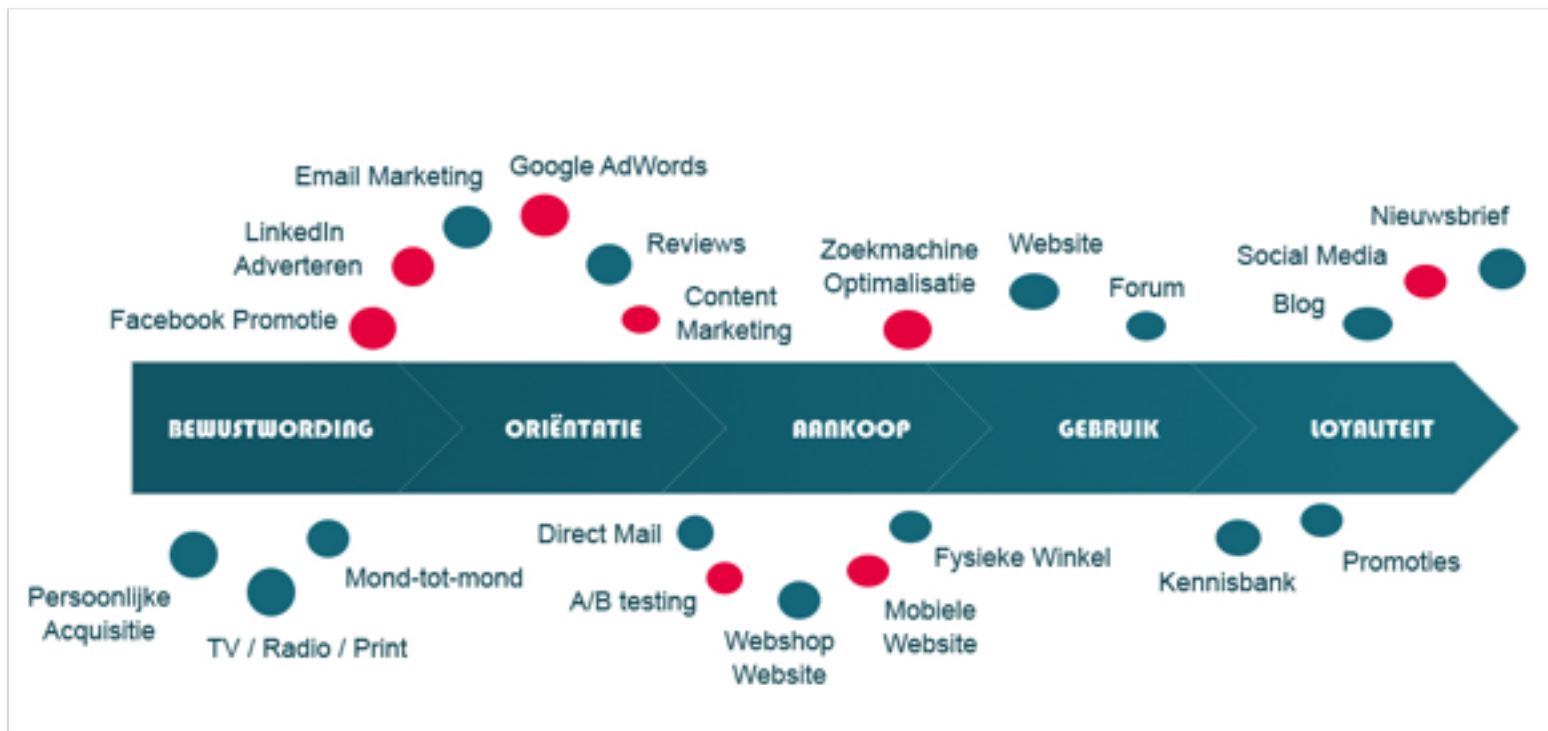


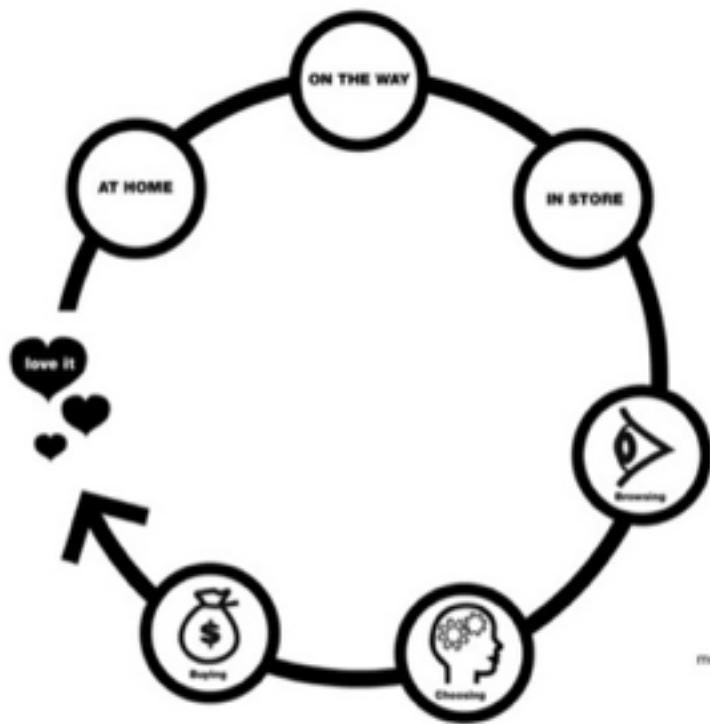
ONLINE MARKETING 2015

DE MARKT



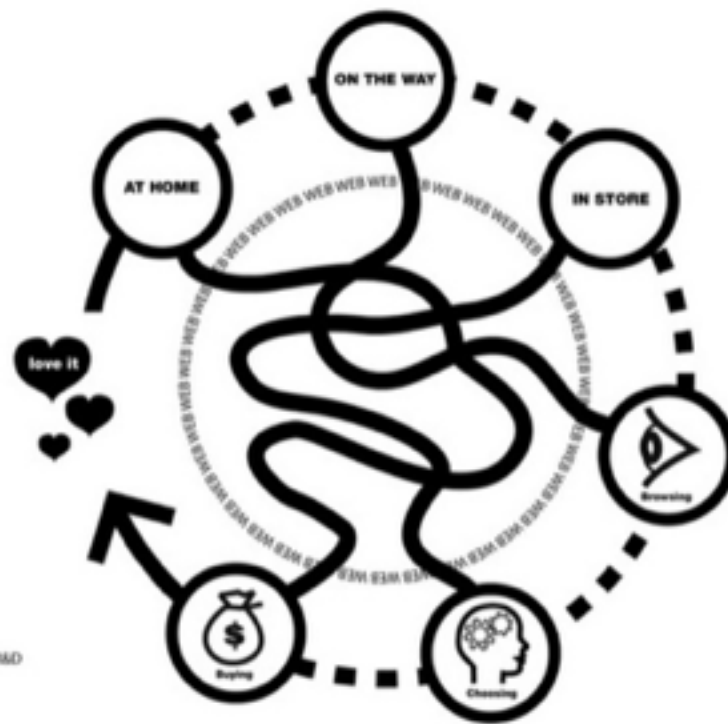
Customer Journey





old journey model in a linear world

model pff hoen BR&D



new journey model in a non linear world

Gartner Digital Marketing Transit Map

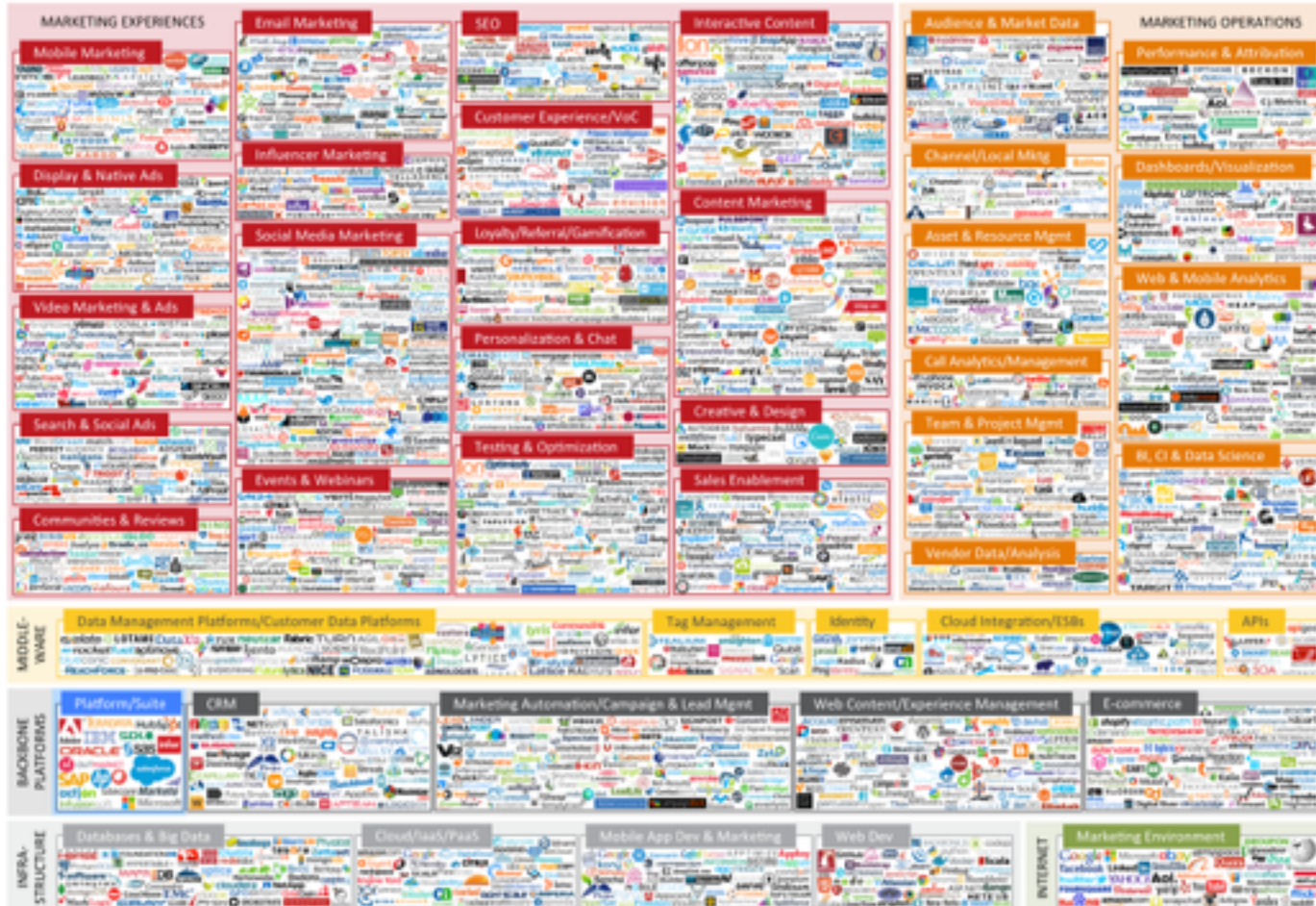
The digital sphere is always evolving. Gartner for Marketing Leaders keeps the CMO and her team connected to the research, so they can keep the competition guessing. For more information: gartner.com/dmtransitmap



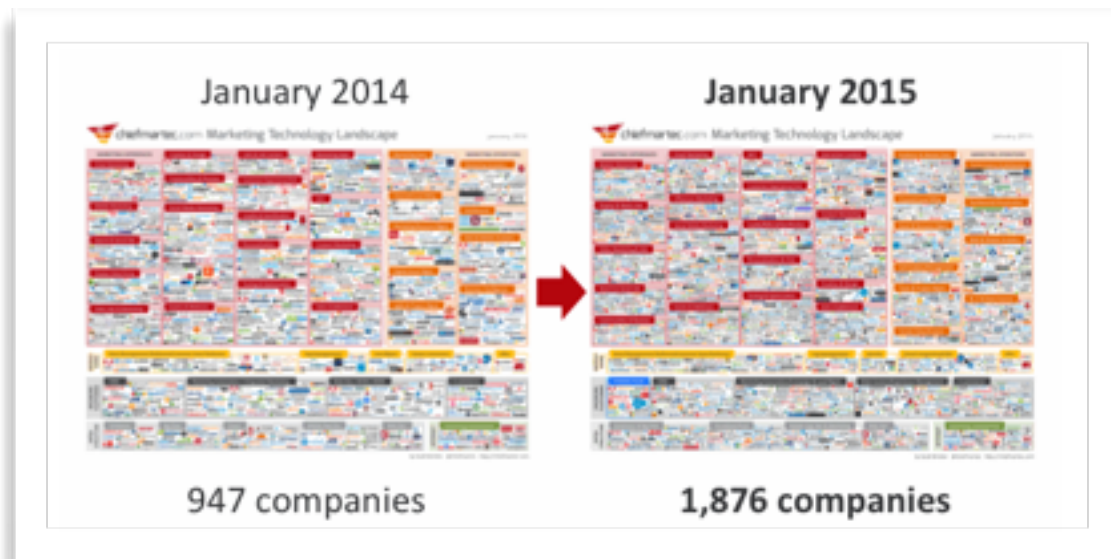
● Off-line Connection ○ Vendor Station ● Product Station

© 2013 Gartner, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved. Gartner is a registered trademark of Gartner, Inc. or its affiliates.

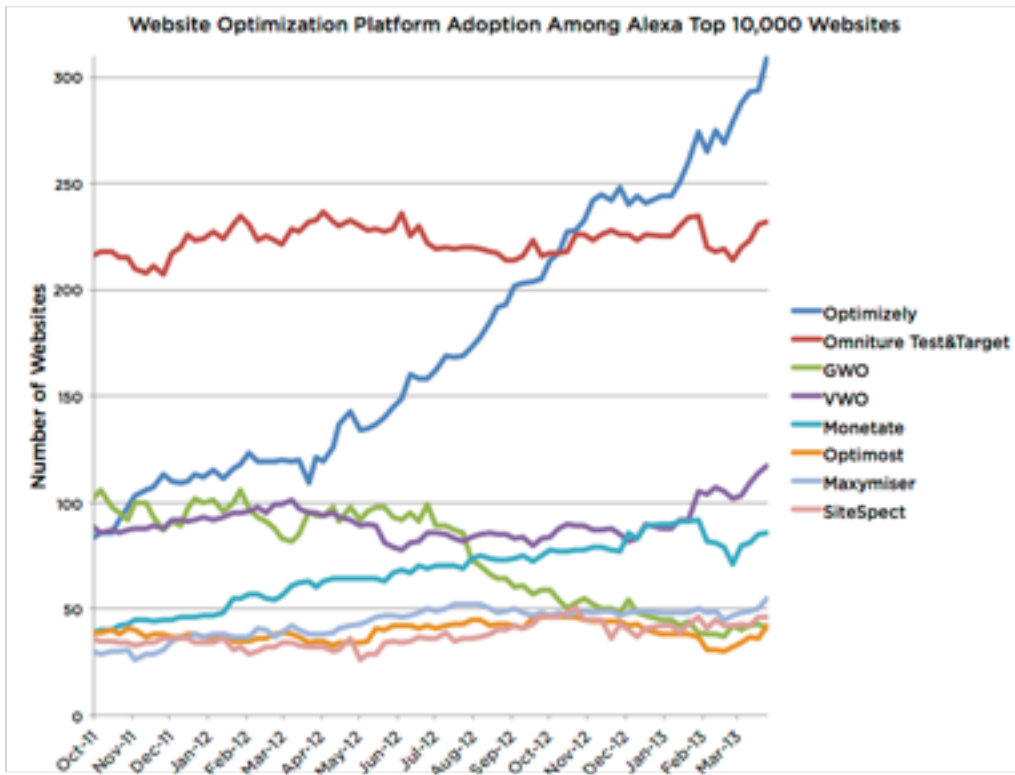


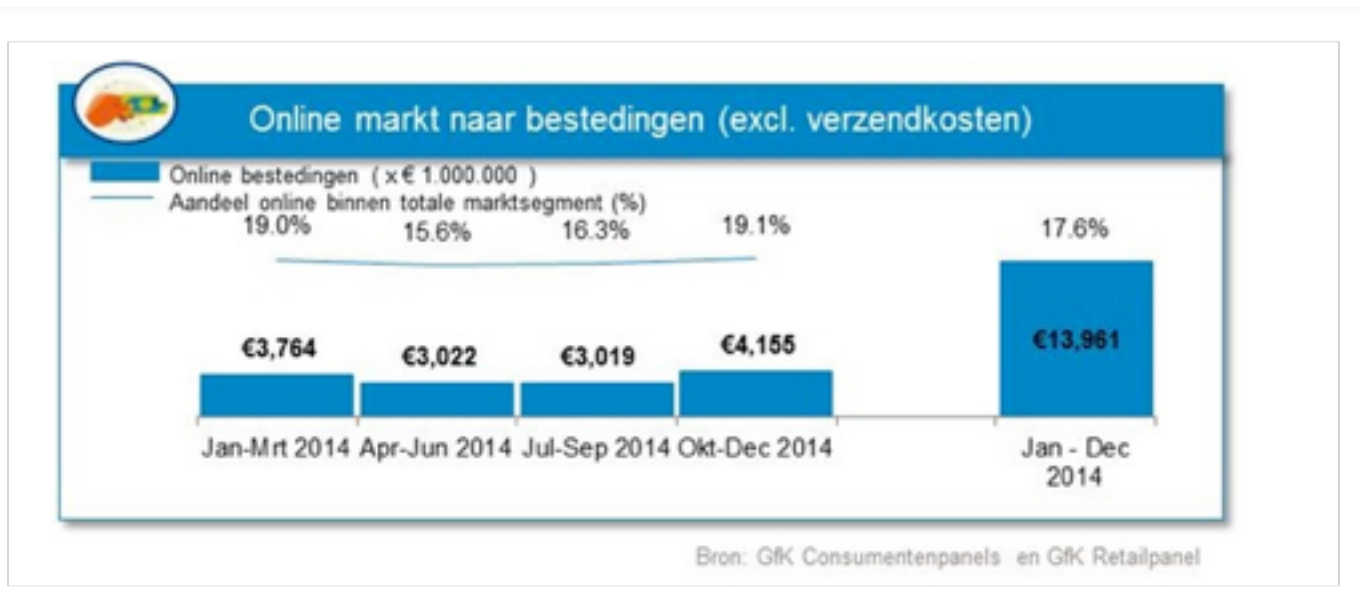


Enorme groei, jaar over jaar

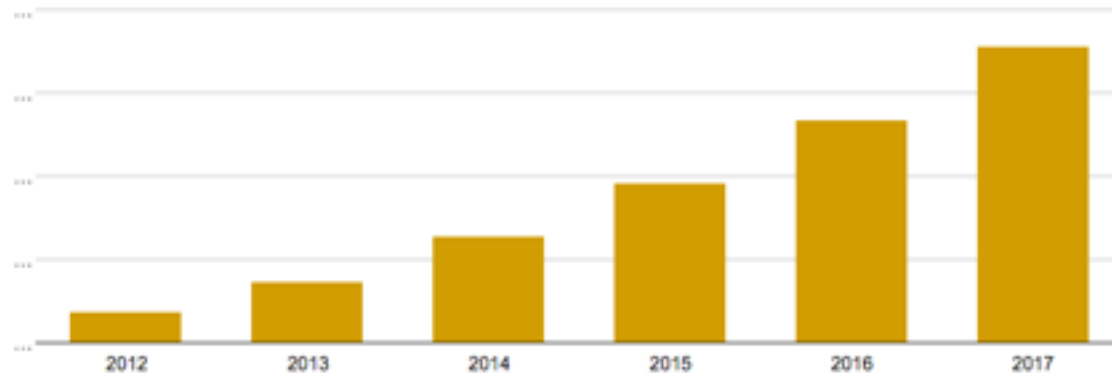


+98%!





Verwachte omzet m-commerce



VERWACHTE OMZET M-COMMERCE (IN MILJARDEN €)

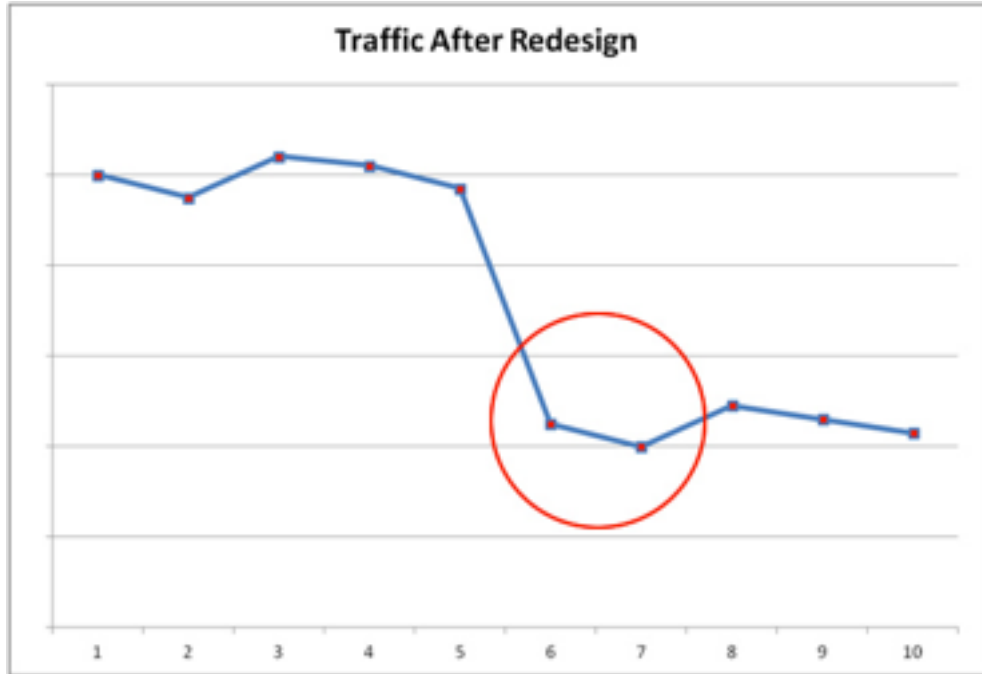
FORRESTER RESEARCH

MARKETING & TECHNOLOGIE

DICHTERBIJ ELKAAR DAN OOIIT TEVOREN



NIEUWE WEBSITE? SEO?



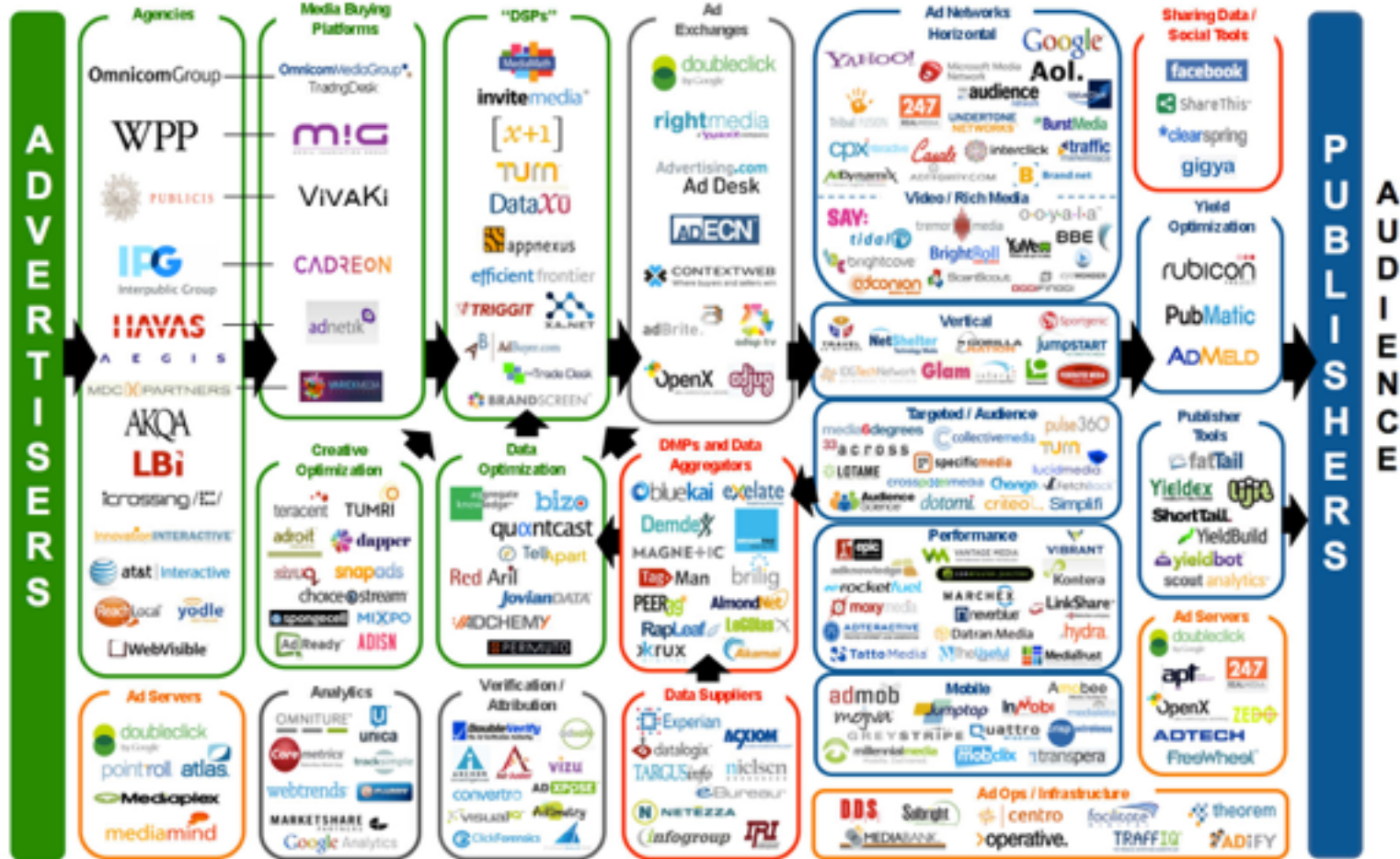
Schoenen campagne in Guatemala



Schoenen campagne in Guatemala



Display Advertising Technology Landscape





Momenteel

30

actieve bezoekers op site



Momenteel

30

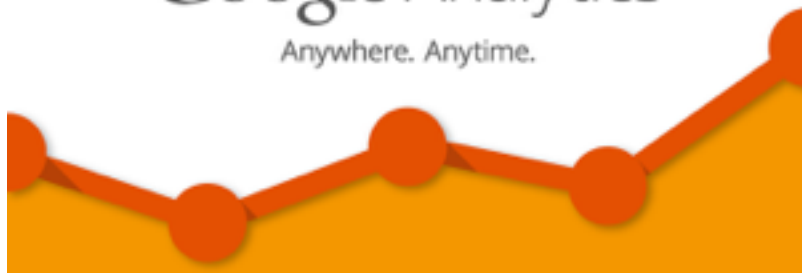
actieve bezoekers op site

■ DIRECT ■ ORGANISCH ■ VERWIJZING ■ CAMPAGNE



Google Analytics

Anywhere. Anytime.



Google Tag Manager



[www.nioc2015.nl/?
utm_source=GoogleAdWords&utm_medium=CPC&utm_term=Congres
%20Saxion&utm_campaign=NIOC15_Campagne](http://www.nioc2015.nl/?utm_source=GoogleAdWords&utm_medium=CPC&utm_term=Congres%20Saxion&utm_campaign=NIOC15_Campagne)







Marketing Automation







Wearables

FROM HEAD TO TOE WEARABLE TECHNOLOGY



SHIRT

Conductive thread means a computer is literally built into the fabric of the shirt, providing the processing power for all the other wearable gadgets.

WRISTBAND

A sensor that tracks movement to determine the number of steps taken through the day – 90,000 is ideal – and how much sleep the wearer gets at night.

TROUSERS

Also made with conductive thread, the trousers take the energy generated by movement and use it to power the other gadgets.

GLASSES

Overlays navigation directions and information about points of interest directly on to the wearer's field of vision.

WRISTWATCH

Vibrates when a message arrives and displays it on the watch face. Tells the time too.

HAND

Embedded under the skin is a chip containing medical records, passport data and credit records. Information is transferred by waving the hand over a suitable scanner.

SHOES

GPS chip provides directions using LED lights in each shoe: the left shoe indicates direction, while the right shows distance.



TOP 3 TECH TRENDS MARKETERS SHOULD WATCH IN 2015

At the start of every year, we all try to predict what's to come. What trends will shape the industry? What technologies will people embrace? While we don't have crystal balls, we do have search data. And as a vast collection of consumer intentions, it can be a great bellwether of trends. We looked at searches on Google and dug through industry research to see what's actually catching on.

CONNECTED LIFE PLATFORMS ARE EMERGING



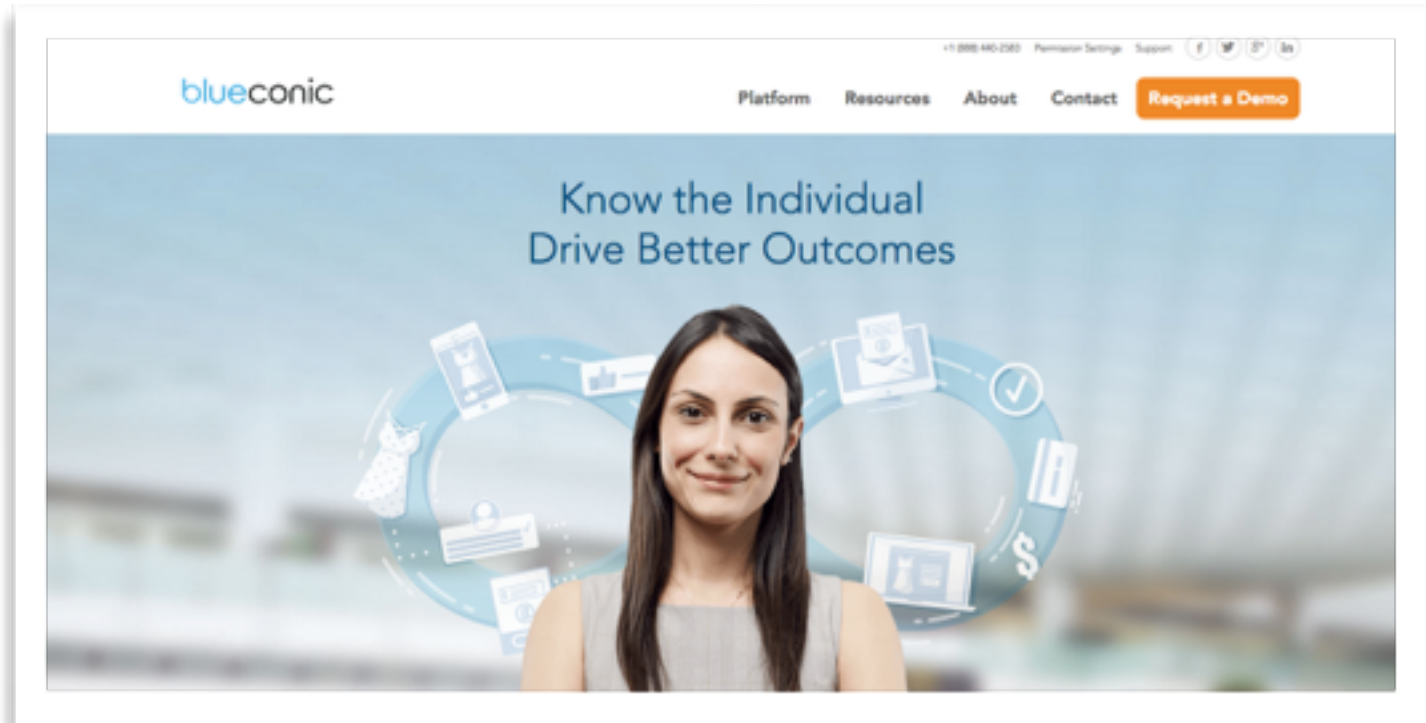
MOBILE SHAPES THE "INTERNET OF ME"



THE SPEED OF LIFE GETS EVEN FASTER







DOORZOEK SOCIAL MEDIA

[Zoeken](#)

Optimaliseer je reputatie en klantenservice met de social media oplossingen van Coosto. Reageer & publiceer. Meet & analyseer.

[Vraag nu een demo aan](#)[Neem contact op](#)

blendle

Login

The background of the central banner is a blurred photograph of a person sitting at a desk and reading a newspaper. The entire image is overlaid with a semi-transparent orange filter.

Bij Blendle lees je je
favoriete kranten en tijdschriften
zonder abonnement.

Klik op je favoriete kranten en tijdschriften om
het **gratis te proberen**.

Alles wat we hier zien is **software, integratie** van software, **data** stromen en **technologie**. Je moet ermee kunnen werken, je moet data kunnen analyseren / interpreteren en het in het grotere geheel kunnen plaatsen van je (marketing-/bedrijfs)strategie én andere kanalen.

Probleem: **Marketing en communicatie leiden niet of beperkt op voor digitale skills en begrip van technologie in deze wereld.**

Jonge marketeers leven vaak nog in het stenen tijdperk

24
mrt 2015
00:01



FOOD-EN-RETAIL

7382 x gelezen

1 reactie

Gastblogger

Onderzoek
Innovatie

weblog De technologische ontwikkelingen gaan vandaag razend snel. De inbreng van nieuwe softwaresystemen en IT is vaak zó revolutionair, dat hele bedrijfsprocessen (productie, distributie, sales) brutaal door elkaar worden geschud. Dat is net zo in marketing en retail. Nieuwe technologische concepten tekenen totaal nieuwe perspectieven en mogelijkheden uit. Het is dan ook verbazingwekkend dat vele jonge marketeers vandaag nog in het stenen tijdperk lijken te zitten.

<http://www.marketingtribune.nl/food-en-retail/weblog/2015/03/jonge-marketeers-leven-vaak-nog-in-het-stenen-tijdperk/index.xml>

Zeker in Nederland is het in dit opzicht echter huilen met de pet op. Ik zie vaak startende marketeers in hun curriculum vitae met trots meerdere *bachelor-* en *mastertitels* presenteren. Als ik hen echter met enkele nieuwe inzichten in de marketing confronteer (zoals bijvoorbeeld content- en *inbound marketing*, *website optimisation*, *SEO*, *marketing analytics*, *CRM & database marketing*, *paid advertising & retargeting*, *marketing automation*, ...), merk ik al te vaak dat de frisse jongelui hier onvoldoende kennis van hebben.

Kennelijk gaan de meeste marketeers er vandaag vanuit dat die noodzaak om nieuwe innovatieve ideeën op te doen voor hen toch niet echt hoeft. Of zijn ze écht gewoon onbekend met de enorme revolutie die in de wereld van de marketing aan de gang is? Als ik de cv's bekijk die ik de afgelopen drie jaar kreeg toegestuurd, stel ik vast dat 90% van de kandidaten-*marketeers* nauwelijks tot geen inspanningen gedaan had om te investeren in zichzelf.



Gerichte
Marketing



Geen geblaat



Tijdigheid



Meepraten



Verwachtingen
Klanten



Menselijke
Benadering



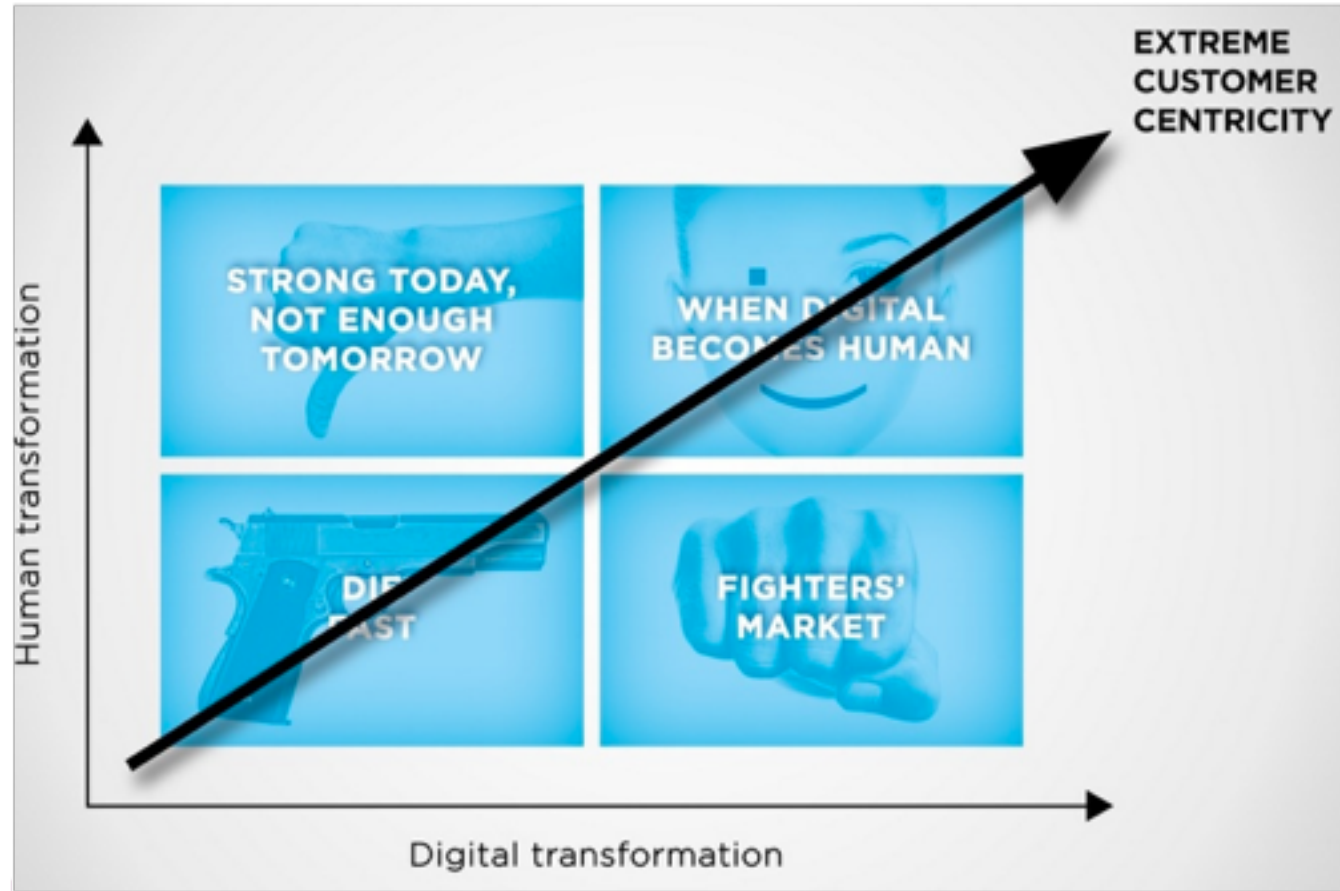
Self Service
& Automation



Anytime
Anywhere

A successful customer relationship excels both
in the digital **and** the human side of business





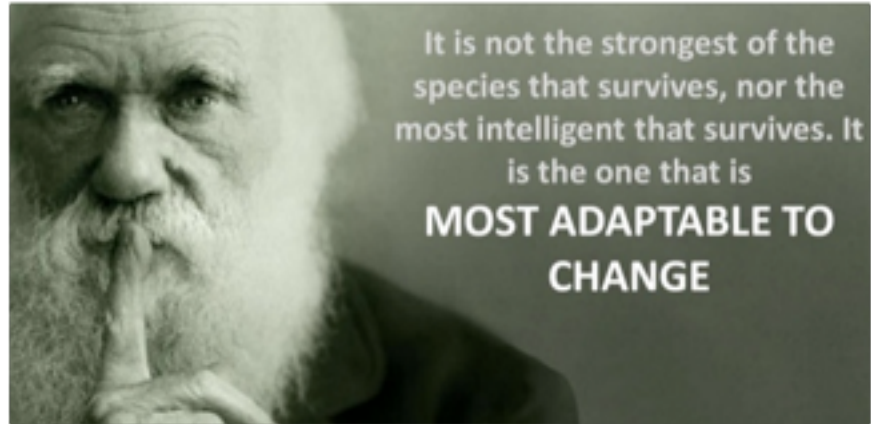
ICT, support, beheer en development móeten business gericht zijn en de klanten begrijpen.

- *Er is maar 1 klant: de eindklant. Deze staat centraal in alles binnen een bedrijf.*
- *Back-office bestaat niet meer over een paar jaar. Customer Service op termijn ook niet.*
- *Pro-activiteit is een norm. Automatisch of menselijk.*



Organisaties moeten transformeren door de nieuwe realiteit en toekomst.

- *'Startup zijn' en bijhorende attitude is hot! Kloof jong / oud is een uitdaging*
- *"Werken" verandert heel snel door opkomst HNW en Cloud technologie*
- *Change Management een groeiend vakgebied in ICT en Marketing*



ICT opleidingen en opleidingen binnen het domein van moderne technologie moeten ook menselijk worden én werken rondom centrale klant data. Deze transformatie is al begonnen en zal snel gaan.

ICT opleidingen en opleidingen binnen het domein van moderne technologie moeten ook menselijk worden én werken rondom centrale klant data. Deze transformatie is al begonnen en zal snel gaan.

Probleem:

- **Zijn ICT opleidingen én docenten klaar opleiden voor de realtime, digital + human, 1 op 1, klantrelatie 24/7?**
- **Is de aandacht voor soft skills als sales/commercie, marketing, change management, etc, genoeg?** *(Het is een miljarden business geworden)*

MARKETEER EN ICT-ER VAN DE TOEKOMST

WIE IS DAT?

At the bottom of the slide, there are two thin, white, wavy lines that curve across the width of the page, adding a decorative touch to the design.

Internet brengt enorme snelheid in voortgang van de technologie en de mogelijkheden voor marketing, verkoop, klantrelaties, privacy en mediaconsumptie.

Een aantal zaken op een rij ten aanzien van marketing in het algemeen:

- Digitale marketing mogelijkheden zijn schier eindeloos
- De (digitale) (realtime) klantrelatie anno 2015 staat voorop en bovenal centraal (B2B en B2C)
- Marketing: *The future of selling is not selling*
- Data, data, data.
- Mobile first is realiteit

- De snelle veranderingen en disruptie die technologie ons brengt vraagt om digitale skills. Dit is té belangrijk om te beperken tot ICT en Techniek onderwijs.
- Werken in de digitale realiteit en toekomst, in het bijzonder in marketing, heeft geen enkele zin zonder digitale skills en begrip van IT of software en datastromen.
- Werken in ICT zonder soft skills (human side) heeft minder toekomst of perspectief

De huidige markt heeft al een tekort en te weinig skills, dit groeit snel.

Meest gevraagde skills naar onderzoek van LinkedIn

The 25 Hottest Skills of 2014 on LinkedIn

- 1 Statistical Analysis and Data Mining
- 2 Middleware and Integration Software
- 3 Storage Systems and Management
- 4 Network and Information Security
- 5 SEO/SEM Marketing
- 6 Business Intelligence
- 7 Mobile Development
- 8 Web Architecture and Development Framework
- 9 Algorithm Design
- 10 Perl/Python/Ruby



Meest gevraagde skills naar onderzoek van LinkedIn

Netherlands

- 1 Statistical Analysis and Data Mining
- 2 SEO/SEM Marketing
- 3 Business Intelligence
- 4 Storage Systems and Management
- 5 Recruiting
- 6 Web Architecture and Development Framework
- 7 Software Modeling and Process Design
- 8 Perl/Python/Ruby
- 9 Java Development
- 10 Network and Information Security



De marketeer van de toekomst is geschoold in marketing én ICT!

Het begrip van moderne marketing én de skills/competenties van ICT maken de rol compleet

Key gebieden, gezien vanuit de huidige praktijk en toekomst:

- Data analyse, interpretatie en visualisatie
- Data - Stromen en Architectuur
- Programming skills
- Menselijk (soft skills)
- Service gericht
- Continue verandering is de norm



HOE VERDER?

Mijn wens:

- Hele snelle actie bij **commerciële en marketing opleidingen**, zeker in het HBO. Anders is het **te laat**.
- **Investering** in **ICT opleidingen** met afstudeerrichtingen in (Online) **Marketing** en (Online) **Business** in de breedste zin van het woord. Er ligt een grote markt open!
- Verregaande **samenwerkingen** tussen commerciële, business, marketing en ICT **opleidingen**.
 - *Gedachte: Verplichte ICT “blokken” in opleidingen opnemen, toegepast op het onderwerp van de opleiding?*

Mijn bijdrage:

Wilt u een gastcollege, samenwerking, practicum, brainstorm, stage, afstuderen, project, etc etc... doen dat in dit vakgebied ligt?

BEL, MAIL, TWEET, LINKEDIN MIJ DAN!



053 850 70 90



b.ensink@gladiator.com



<https://www.linkedin.com/in/bartensink>



<https://twitter.com/Burgemeester>

HET KAN WEL!

Gladiator



HET KAN WEL!

Gladiator



DANK U WEL!



FIJNE KONINGS DAG!