

Zet jezelf als expert op de kaart

Marketingdag 24 maart 2026



Programma

- Welkom en introductie
- Kennismaken en leerwensen
- Jouw rol als MarCom professional
- Zet jezelf als expert op de kaart
- Mee naar huis

10:30-12:30 uur incl. korte pauze



Kennismaken en leerwensen

- What's in a name: wat is je naam en functie?
- Leerwensen: wat wil jij uit deze workshop halen?
- In de aanbieding: wat heb jij in de aanbieding voor de andere deelnemers?

- 1) Schrijf op de A3 invulcanvas
- 2) Rondje langs alle deelnemers



Jouw rol als MarCom-professional

in de organisatie

VRAAG 1: Wat zijn jouw huidige taken en activiteiten?

Ga in gesprek en bespreek waar ben je wel en niet van?

‘Waar ben jij eigenlijk van?’

‘En waar ben je niet van?’

Jouw rol als MarCom-professional

VRAAG 2:

Wat is de ideale situatie: hoe zou jouw rol moeten zijn? Welke taken en activiteiten horen daarbij?



**Zet jezelf als expert op
de kaart!**

Persoonlijke profilering



Persoonlijk profileren is het bewust en strategisch zichtbaar maken van je unieke eigenschappen, kwaliteiten, kennis en ambities om op te vallen en je positie te versterken.

Het draait om zelfinzicht en het consistent uitdragen van jouw 'merk': wie je bent en wat je toevoegt, in dit geval aan de organisatie voor je voor werkt.

Aandachtspunten:

- Laten zien waarin jij uniek en onderscheidend bent.
- Welke kwaliteiten zet ik in?
- Waarom ben ik zo belangrijk voor de te leveren toegevoegde waarde?
- Je bent een personal brand als anderen dat vinden.
- Je profileert jezelf altijd.
- Doe wat bij je past: wees authentiek.
- Show & tell.
- Denkoefening: sollicitatiegesprek.

**Mezelf verkopen?
'Dan had ik wel
verkoper geworden!'**

Jouw centrale boodschap

- Centrale boodschap is precies datgene dat de spreker op het publiek wil overbrengen.
- De boodschap of uitspraak die de toehoorder na afloop van de presentatie moet bijblijven.
- 20 woorden in 1 krachtige zin

Oefening: A brand called you!

Stel je voor dat je morgen voor het eerst naar een nieuw overleg gaat waar jij als MarCom-professional een rol gaat spelen. Je zult jezelf daar introduceren, want mensen kennen je nog niet.

1) Vertel wie je bent, welke rol je speelt binnen de organisatie, welke kwaliteiten je inzet en wat je expertise is?

2) Maak een centrale boodschap over jezelf: Dit is mijn toegevoegde waarde, dit breng ik!



Invulformulier

Kennismaken met leerwensen



1) Naam en functie

2) Leerwensen en dit wil ik uit deze workshop halen (nemen)

3) Dit heb ik in de aanbieding voor de andere deelnemers (geven)

Centrale boodschap



Maak een centrale boodschap over jezelf: Dit is mijn toegevoegde waarde, dit breng ik!

Jouw rol als marketing-/of communicatieprofessional



1) Wat zijn jouw huidige taken en activiteiten?

2) De ideale situatie: hoe zou jouw rol moeten zijn? Welke taken en activiteiten horen daarbij?

Doel aankomend jaar: formuleer het doel/de doelen en maak deze SMART



Welk doel (1-3) wil je aankomende jaar behalen? SMART (Bij welke organisatiedoelen ga je aansluiten, bij wie wil je aan tafel, met wie wil je een 'relatie' opbouwen, hoe wil je bekend staan in de organisatie, waar wil je voor gevraagd worden? (Specifiek-Meetbaar-Acceptabel-Realistisch-Tijdsgebonden)

En nu verder!

1) Doel aankomend half jaar

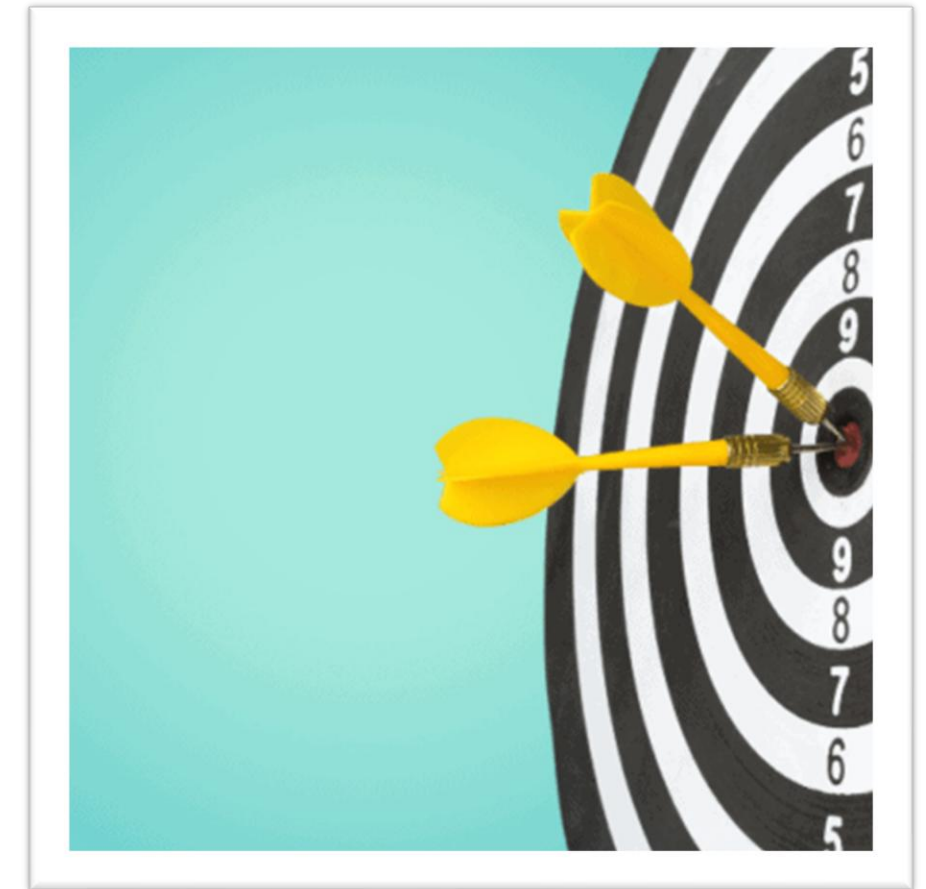
Welk doel (1-3) wil je aankomende jaar behalen?

- Bijvoorbeeld: bij wie wil je aan tafel, met wie wil je een 'relatie' opbouwen, hoe wil je bekend staan in de organisatie, waar wil je voor gevraagd worden?

Formuleer jouw doel(en) en maak deze SMART

(Specifiek-Meetbaar-Acceptabel-Realistisch-Tijdsgebonden). Wanneer ben jij tevreden?

- Denk na over hulpbronnen: wat moet je weten ter voorbereiding en wie kan jou daarbij helpen/sparren?



Leuk dat je erbij was!

Wil je meer weten of even sparren?



Karlijn van Oirschot, kvoirschot@probiblio.nl

Jantine Zeeman, jantine@jantinezeeman.nl

**Pro
biblio**