



Advies

Aard van opdracht:

De opdrachten van Adviseurs hebben met name betrekking op het geven van aanbevelingen of suggesties die helpen bij het nemen van beslissingen of het oplossen van MarCom problemen. Adviseurs hebben inhoudelijke MarCom expertise en beschikken over uitstekende advies- en beïnvloedingsvaardigheden.

Powered by **STYR**

Datum: Juli 2024

Status: 1.1 definitief

Auteur: STYR

	Optimaliseren, inrichten & realiseren		Innoveren, strategische vertaalslag & veranderen		
STYR waarderingsgroep	De MarCom opdrachten van Adviseurs in de oranje groep zijn gericht op het geven van MarCom advies. Freelance Adviseurs realiseren resultaten door analyse, een goede vertaling van plan naar uitvoering en goede adviesvaardigheden.		De MarCom opdrachten van Adviseurs in de gele groep zijn gericht op het doorgronden van complexe MarCom vraagstukken (concreet en abstract) en het geven van advies. Freelance Adviseurs realiseren resultaten door analytisch en conceptueel vermogen, strategische vertaalslag, contextualiseren en goede advies- en beïnvloedingsvaardigheden.		
STYR level	7	8	9	10	11
Rol	Adviseur I	Adviseur II	Adviseur III	Adviseur IV	Adviseur V
Benodigd probleemoplossend vermogen (om opdracht goed uit te kunnen voeren)	Het oplossen van (unieke) minder duidelijk omschreven, praktische vraagstukken, waarvoor specialistische kennis, analyse en overzicht nodig zijn. Het overzien van gevolgen van de besluitvorming en acties voor andere disciplines. Het opzetten van structuren en systemen.	Het oplossen van een complex geheel van praktische vraagstukken, waarvoor analyse en professionele expertise nodig zijn (bijv. beleid, processen, projectplan, business case, implementatie). Het denken en adviseren over alternatieven.	Het oplossen van complexe, abstracte vraagstukken (diep of multidisciplinair), waarvoor heliopterview en goed begrip van de context nodig zijn. Het ontwikkelen en integreren van concepten/modellen.	Het oplossen van complexe, abstracte vraagstukken, waarvoor goed begrip van de context en visie nodig zijn. Het zijn van een autonome denker en het proactief brengen van visie en oplossingen naar opdrachtgever (push).	Het oplossen van complexe, abstracte vraagstukken, waarvoor goed begrip van de context en visie nodig zijn. Het zijn van een drijvende kracht - in een sociaal complexe omgeving - achter innovatie en verandering binnen het eigen aandachtsgebied.
Kader van opdracht per level	<ul style="list-style-type: none"> * Advies over (relatief eenvoudig) inhoudelijke MarCom plannen en optimalisatie van MarCom processen. * Advies over het optimaliseren van specifieke MarCom oplossingen, n.b.v. met gangbare analysemethoden. Denk aan: advies media inzet, advies PR, communicatieadvies specifieke doelgroepen etc. 	<ul style="list-style-type: none"> * Advies over complexe (concrete) inhoudelijke MarCom plannen en optimalisatie van complexe MarCom processen. * Advies over het optimaliseren van MarCom oplossingen. Denk aan: advies over PR-, communicatie-, marketing-, campagne-, online marketing-, e-mailmarketingplan etc. * Analyse vanuit verschillende invalshoeken en niveaus. 	<ul style="list-style-type: none"> * Advies over (innovatieve) MarCom strategieën. Denk aan: advies over content-, pers-, social media-, communicatie-, campagne-, merk-, online marketingstrategie etc. * Analyse van complexe MarCom vraagstukken (concreet en abstract). * Verbanden, patronen en trends identificeren. * Contextualiseren van MarCom vraagstukken (organisatie, politiek, sociaal culturele en maatschappelijke omgeving). 	<ul style="list-style-type: none"> * Advies over (innovatieve) MarCom strategieën. Denk aan: advies over content-, pers-, social media-, communicatie-, campagne-, merk-, online marketingstrategie etc. * Analyse van complexe MarCom vraagstukken (concreet en abstract). * Ontwikkelen van een theoretisch raamwerk (concepten). * Contextualiseren van MarCom vraagstukken (organisatie, politiek, sociaal culturele en maatschappelijke omgeving). * Managen van en communiceren met diverse stakeholders. 	<ul style="list-style-type: none"> * Advies over innovatieve MarCom- en veranderstrategieën. * Analyse van complexe MarCom vraagstukken (concreet en abstract). * Ontwikkelen van een theoretisch raamwerk (concepten). * Contextualiseren van MarCom vraagstukken (organisatie, politiek, sociaal culturele en maatschappelijke omgeving). * Managen van en communiceren met diverse stakeholders. * Drijvende kracht binnen organisatie voor MarCom innovatie en verandering.
Voorbeeld opdrachten / rollen	MarCom Adviseur, PR Adviseur A, Communicatieadviseur A, Digital Consultant A, Marketing Adviseur		PR Adviseur B, PR Manager, Communicatieadviseur B, Media Consultant, Strategische Adviseur Media, Strategisch Adviseur Marketing, Digital Consultant B		
Voorbeeld opdrachtschrijving per level	<ul style="list-style-type: none"> * Een freelance MarCom Adviseur die de effectiviteit van marketingcampagnes en -activiteiten van een culturele organisatie evalueert en aanbevelingen doet voor verbetering. 	<ul style="list-style-type: none"> * Een freelance Digital Consultant die een culturele organisatie adviseert over het neerzetten en optimaliseren van het digitale marketingbeleid (zoals de juiste kanalen, een groter bereik, leadgeneratie en een betere online conversie). 	<ul style="list-style-type: none"> * Een freelance Marketing Adviseur die een theatergezelschap adviseert over het nieuwe kunstplan door de marketingactiviteiten van de afgelopen jaren te analyseren en advies te geven over de marketingactiviteiten voor de komende jaren. 	<ul style="list-style-type: none"> * Een freelance Communicatie Consultant die (publieks)onderzoek doet en de organisatie adviseert over een nieuw communicatieplan (incl. media/middelenadvies) in aansluiting op de doelen van de organisatie. Adviseert daarbij over de beste strategieën om bestaande en nieuwe doelgroepen te bereiken en te betrekken. 	<ul style="list-style-type: none"> * Een freelance Strategisch Adviseur Marketing die een culturele organisatie adviseert inzake positionering, branding en marketingstrategie. Interne stimulator van creativiteit, uniciteit en impact. Werkt samen met andere culturele stakeholders om tot gezamenlijke MarCom-initiatieven te komen.