



Generalist

Aard van opdracht:

De MarCom opdrachten van Generalisten hebben met name betrekking op vraagstukken op verschillende MarCom gebieden. Generalisten kunnen deze vertalen naar passende MarCom oplossingen en/of strategieën, hebben een breed scala aan MarCom kennis en vaardigheden en beschikken over de nodige advies- en/of beïnvloedingsvaardigheden.

Powered by **STYR**

Datum: Juli 2024

Status: 1.1 Definitief

Auteur: STYR

STYR waarderingsgroep	Optimaliseren, inrichten & realiseren			Innoveren, strategische vertaalslag & veranderen	
		De MarCom opdrachten van Generalisten in de oranje groep zijn gericht op het realiseren van MarCom oplossingen. Freelance Generalisten realiseren resultaten door analyse, een goede vertaling van plan naar uitvoering en de nodige adviesvaardigheden.			De MarCom opdrachten van Generalisten in de gele groep zijn gericht zijn op het doorgronden van complexe MarCom vraagstukken (concreet en abstract), het geven van advies en het realiseren van MarCom oplossingen en/of thema's. Freelance Generalisten realiseren resultaten door analytisch en conceptueel vermogen, strategische vertaalslag, contextualiseren en de nodige advies- en beïnvloedingsvaardigheden.
STYR level	6	7	8	9	10
Rol	Generalist I	Generalist II	Generalist III	Generalist IV	Generalist V
Benodigd probleemoplossend vermogen (om opdracht goed uit te kunnen voeren)	Het oplossen van minder duidelijk omschreven, praktische vraagstukken, waarvoor overzicht, analyse en toepassing van bestaande kennis nodig zijn. Het oplossen van problemen die buiten de bandbreedte van de procedure vallen (pragmatische creativiteit).	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 helicopterview 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).
Kader van opdracht per level	<ul style="list-style-type: none"> * Advies, optimalisatie en realisatie van specifieke MarCom oplossingen, m.b.v. gangbare analysemethoden. Denk aan: schrijven van blogs, social media content bedenken, social media kanalen beheren, nieuwsbrieven maken, ondersteunen van de PR-medewerker etc. 	<ul style="list-style-type: none"> * Opstellen van (relatief eenvoudig) inhoudelijke MarCom plannen en optimaliseren van MarCom processen. * Advies, ontwikkeling en realisatie van meerdere MarCom oplossingen, m.b.v. gangbare analysemethoden. Denk aan: doorvoeren van een nieuwe strategie op social media, optimaliseren van de nieuwsbrief etc. 	<ul style="list-style-type: none"> * Opstellen van complexe inhoudelijke MarCom plannen en optimaliseren van complexe (concrete) MarCom processen. * Advies, ontwikkeling en realisatie complexe MarCom oplossingen, m.b.v. analyse vanuit verschillende invalshoeken en niveaus. Denk aan: content-, PR-, communicatie-, marketing-, campagne-, online marketing-, e-mailmarketingplan etc. 	<ul style="list-style-type: none"> * Vertaling van organisatiestrategie naar MarCom strategie, incl. advies, ontwikkeling en realisatie. Denk aan: 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"> * Op basis van eigen visie vertaling van organisatiestrategie naar MarCom strategie incl. advies, ontwikkeling en realisatie. Denk aan: 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). * Managen van en communiceren met diverse stakeholders.
Voorbeeld opdrachten / rollen	Marketing & Communicatie Medewerker (c.a.), Marketing & Communicatie Coördinator (c.a.), Marketing & Communicatie Manager A (c.a.), Allround Marketeer (c.a.)			Marketing & Communicatie Manager B (c.a.), Marketing & Communicatie Strategie (c.a.)	
Voorbeeld opdrachtomschrijving per level	* Een freelance Allround Communicatiemedewerker die de strategie ondersteunt bij de promotie van een nieuwe tentoonstelling. De doelen en doelgroepen zijn al bepaald. De freelancer bedenkt content en introduceert middelen om deze doelen te behalen.	* Een freelance Allround Marketeer die het vaste team van een theater ondersteunt om de doelen te behalen. Bijvoorbeeld door analyse van de huidige kanalen (social media, website, nieuwsbrief), doorvoeren van verbeteringen en het bedenken van passende ideeën binnen het budget.	* Een freelance Allround Marketeer die verantwoordelijk is voor het MarCom aspect van een festivalonderdeel. De freelancer stelt het plan en begrenzt op en rolt de campagne uit.	* Een freelance MarCom Manager die een integrale campagne bedenkt (incl. budget) en uitvoert voor een landelijk theater. Hierbij worden verschillende stakeholders betrokken en de visuele identiteit (door)ontwikkelt in nauwe samenwerking met de artistieke leiding.	* Een MarCom Strategie die een brede MarCom-strategie voor de heropening van een museum ontwikkelt en de regie voert over de implementatie. Dit is gericht op het vergroten van de bezoekersaantallen, het versterken van de merkbekendheid, en het genereren van media-aandacht door middel van vernieuwende kanalen, partnerschappen en PR-activiteiten.