Self Assessment MA e-Commerce

Aanvraag voor certificering Thuiswinkel e-Academy

*Deze bijlage is onderdeel van de ‘Aanvraag Certificering Thuiswinkel e-Academy e-Commerce MA’.*

##### CONTACTGEGEVENS

|  |  |
| --- | --- |
| Naam van de inrichtende organisatie: |  |
| Naam van de te certificeren opleiding/cursus: |  |
| Naam van de aanvrager: |  |

##### INVULINSTRUCTIE

Op de navolgende pagina’s tref je de werkprocessen van bovengenoemd vakgebied aan. Deze geven in beschrijvende vorm weer welk eindniveau van de student wordt verwacht en dienen als leidraad bij de toetsing voor certificering.

Geef per werkproces aan of dit is opgenomen in de te certificeren opleiding/cursus (ja/Nee). Indien het werkproces is opgenomen (Ja) dan moet daarachter een verwijzing staan in welke module de desbetreffende lesstof is opgenomen. Deze module voeg je als bijlage toe, waarin tenminste is opgenomen:

* de leerdoelen;
* de lesstof;
* beschrijving van de lesmethode;
* gebruikte literatuur.

Indien een werkproces niet is opgenomen in de lesstof (Nee) dan vul je daarachter de datum in wanneer deze wordt opgenomen.

##### INDIENING

Wij ontvangen de aanvraag inclusief bijbehorende documentatie graag digitaal via **info@e-academy.org**.

**(1) E-COMMERCESTRATEGIE**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| nr | Competentie | Ja/Nee | Ja: verwijs naar module + relevante bijlagen | Nee: geef geplande opname datum weer |
| 1 | Klant denken - Creëert een visie op klantgerichtheid om sterke klantrelaties op te bouwen en weet hierbij klantbeloftes waar te maken. | Ja/Nee |  |  |
| 2 | Bepalen van strategie – Neemt het voortouw in het ontwikkelen en samenvoegen van strategische plannen, waarbij er rekening wordt gehouden met complete e-commerce ecosysteem en actuele maatschappelijke kaders (juridisch, ethisch, MVO). | Ja/Nee |  |  |
| 3 | Plannen van strategie – Beschrijft de samenhang tussen (financiële) kpi's en doelstellingen van de totale organisatie, rekening houdend met de verschillende toekomstige scenario's en rollen in een e-commerce-organisatie. | Ja/Nee |  |  |
| 4 | Vertaling van digitale innovaties - Definieert de maatregelen, processen en gewenst gedrag die worden gebruikt om de digitalisering van klantreis te realiseren, wat voortkomt uit een visie waarin digitalisering een klantrelatie bevorderd. | Ja/Nee |  |  |
| 5 | Organisatievermogen - Kan de impact van bovenstaande aspecten vertalen naar (digitale) bedrijfsmodellen en dit verder detailleren voor de organisatie, zodat er waarde gecreëerd wordt en concurrentievoordeel ontstaat en mogelijk nieuwe functieprofielen zich ontwikkelen. | Ja/Nee |  |  |

##### (2) E-COMMERCE-EXECUTIE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| nr | Competentie | Ja/Nee | Ja: verwijs naar module + relevante bijlagen | Nee: geef geplande opname datum weer |
| 6 | Klantbeleving – Neemt het initiatief in het vertalen, onderhouden en verbeteren van waardeproposities voor klanten en bewaakt dit binnen de verschillende rollen van de e-commerce-organisatie. Formuleert, optimaliseert en test een klantreis en selecteert aan de hand van de touchpoints activiteiten die klanttevredenheid en retentie als doel hebben. | Ja/Nee |  |  |
| 7 | Conversie – Is bekend met relevante beïnvloedingstechnieken binnen e-commerce en weet deze te vertalen naar een passende gebruikerservaring. | Ja/Nee |  |  |
| 8 | Omnichannel - Ontwikkelt en voert een communicatie- en conversiestrategie uit waarin de verschillende (digitale) marketingkanalen en mediatypen op hun kracht zijn ingezet om traffic en conversie ongeacht het verkoopkanaal te genereren. | Ja/Nee |  |  |
| 9 | Category management - Genereert en test digital merchandisingstrategieën en productcategorieën met waardemaximalisatie voor klanten als doel. | Ja/Nee |  |  |
| 10 | E-commerceprocessen - Heeft het vermogen om ondersteunende processen te begeleiden, zoals de e-supply chain, e-data, e-ict, contractmanagement en inkoop. | Ja/Nee |  |  |

**(3) DATA**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| nr | Competentie | Ja/Nee | Ja: verwijs naar module + relevante bijlagen | Nee: geef geplande opname datum weer |
| 11 | Dataverzameling - Heeft inzicht in hoe data-elementen te koppelen zijn binnen een ict-architectuur, waar de data gecollecteerd worden en weet welke systemen hier ondersteuning in kunnen geven om de customer journey te optimaliseren. Kent de actuele wet- en regelgeving. | Ja/Nee |  |  |
| 12 | Klantreis data - Definieert, interpreteert en prioriteert de inzichten/ datastromen die nodig zijn om de klantreis te meten en bij te stellen, om e-commercestrategieën te behalen en weet volgens de wet hier zorgvuldig mee om te gaan. | Ja/Nee |  |  |
| 13 | Databronnen - Leidt en bevordert het gebruik van statistieken om de interne processen, zoals marketinginspanningen, te verbeteren en geeft vorm aan de implementatie van externe databronnen om verbeteringen te identificeren en om te voldoen aan de behoeften van klanten. | Ja/Nee |  |  |
| 14 | Hypothesen - Is in staat om hypothesen te formuleren voor verbetering van sales en serviceprocessen en die vervolgens te valideren op basis van interne en externe data. | Ja/Nee |  |  |
| 15 | Geavanceerde datakoppelingen - Weet wat de impact is van algoritmes, AI en API's om de organisatie en zijn processen te verbeteren en voorspellingen te doen en kan hierin een gesprekspartner met data-analisten en ontwikkelaars zijn. | Ja/Nee |  |  |

##### (4) CHANGE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| nr | Competentie | Ja/Nee | Ja: verwijs naar module + relevante bijlagen | Nee: geef geplande opname datum weer |
| 16 | Transformatie - Begrijpt de niveaus van digitale transformatie en weet hierover te adviseren door bedrijfsprocessen aan te passen om waarde te creëren. | Ja/Nee |  |  |
| 17 | Structuur - Kan adviseren over de implementatie van digitale innovatie met behulp van de verschillende moderne implementatietechnieken, zoals servicedesign thinking en agile. | Ja/Nee |  |  |
| 18 | Cultuur - Kan de cultuur van een bedrijf doorgronden en de rol van e-commerce hierin benoemen. Is in staat de juiste veranderingsprocessen te selecteren, passend bij de cultuur van een bedrijf. | Ja/Nee |  |  |
| 19 | Veranderprocessen - Is bekend met gestandaardiseerde procedures die een e-commerce-organisatie helpen eenvoudig wijzigingen door te voeren in een organisatie met weinig oponthoud. | Ja/Nee |  |  |
| 20 | Stakeholder-management - Is zich bewust van de beïnvloeding van stakeholders tijdens het veranderproces en weet hoe een verandervisie gecommuniceerd moet worden, zodat angst en onzekerheid worden gereduceerd en vertrouwen toeneemt | Ja/Nee |  |  |

##### (5) PROFESSIONELE BEROEPSHOUDING

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| nr | Competentie | Ja/Nee | Ja: verwijs naar module + relevante bijlagen | Nee: geef geplande opname datum weer |
| 21 | Overtuigen - Heeft het vermogen om de stakeholders in zijn/haar omgeving te overtuigen. Gebruikt in de onderbouwing feiten gebaseerd op wetenschap, praktijk en relevante waarden. Beheerst hierbij verschillende communicatiestrategieën en speelt daarbij in op de diverse standpunten van de stakeholders om zo tot een gedragen besluit te komen en weet draagvlak te creëren voor een digitale strategie. | Ja/Nee |  |  |
| 22 | Test & Learn - Streeft naar het continu leveren van verbeteringen voor de klant, het product en het bedrijf. Een nieuwsgierige en onderzoekende houding hebben, vragen stellen, experimenteren en het toepassen van de opgedane kennis om resultaten te halen. | Ja/Nee |  |  |
| 23 | Kritisch denken - Is in staat vanuit organisatorisch en klantoogpunt kritisch na te denken over de impact van beslissingen vanuit een persoonlijk, maatschappelijk en sociaal perspectief. Hierbij worden verschillende alternatieven in twijfel getrokken, zodat er vanuit een helikopterview gedacht wordt. | Ja/Nee |  |  |
| 24 | Samenwerken - Is in staat tot samenwerken in multidisciplinaire teams. Kan omgaan met de diversiteit van de verschillende teamleden. Effectief samenwerken is essentieel voor het toevoegen van waarde voor de klant en voor het behalen van het beoogde gezamenlijke resultaat. Samenwerken in teams gebeurt op basis van vakmanschap en vertrouwen met ruimte voor leren en experimenten. | Ja/Nee |  |  |
| 25 | Persoonlijk leiderschap - Is in staat om zichzelf leiding en sturing te geven en heeft een lerende houding om doelen te realiseren en duurzame, bewuste en ethisch verantwoorde keuzes te maken. Staat open voor kritische feedback en weet dit op een positieve manier om te zetten in concrete verbeteracties. | Ja/Nee |  |  |

**RUIMTE VOOR EVENTUELE TOELICHTING**

|  |
| --- |
|  |