Self-assessment e-Commerce AD

Aanvraag voor (her)certificering Thuiswinkel e-Academy

*Deze bijlage is onderdeel van de ‘Aanvraag (Her)Certificering Thuiswinkel e-Academy e-Commerce AD’.*

##### CONTACTGEGEVENS

|  |  |
| --- | --- |
| Naam van de 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-COMMERCE ALGEMEEN**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| nr | Competentie | Ja/Nee | Ja: verwijs naar module + relevante bijlagen | Nee: geef geplande opname datum weer |
| 1 | Begrijpt de e-commercestrategie van de onderneming en kan deze vertalen naar concrete e-commerce-meetbare doelstellingen. Gaat hierbij planmatig te werk. | Ja/Nee |  |  |
| 2 | Heeft kennis van trends en ontwikkelingen op het gebied van technologische en digitale innovatie en weet de Hype Cycle te interpreteren. Begrijpt de impact op en mogelijkheden voor de organisatie en de e-marketingstrategie, van ontwikkelingen zoals artificial intelligence (AI),blockchain, NFT, Web 3, 5G, IoB, en hyperautomation. | Ja/Nee |  |  |
| 3 | Heeft basiskennis van relevante (internationale) ontwikkelingen en concurrentieverhoudingen binnen het e-commercedomein | Ja/Nee |  |  |
| 4 | Is in staat om een eenvoudige business case op het gebied van e-commerce te onderbouwen met behulp van beschikbare budgetten en financiële marges. | Ja/Nee |  |  |
| 5 | Begrijpt welke data belangrijk zijn om de prestatie van een webshop te monitoren. Kan deze data vergaren, analyseren en interpreteren, en komen tot verbetervoorstellen met oog op de klantwaarde | Ja/Nee |  |  |
| 6 | Heeft algemeen begrip van consumentengedrag en consumentenpsychologie in relatie tot het gebruik van digitale media en tot online en omnichannel aankopen. Kan daarbij het gedrag van de verschillende generaties onderscheiden. | Ja/Nee |  |  |
| 7 | Heeft inzicht in de samenhang van e-commerce met de overige disciplines e-supply chain, e-marketing en e-ICT. Kan samenwerken met specialisten uit deze domeinen | Ja/Nee |  |  |
| 8 | Heeft inzicht in de samenhang van de verschillende factoren rondom het e-commerceproces, te weten e-supply chain, e-marketing en e-ICT. Kan daarbij het eigen vakgebied overstijgen en silodenken vermijden. | Ja/Nee |  |  |
| 9 | Denkt, werkt en gedraagt zich volgens agile werkwijzen. | Ja/Nee |  |  |
| 10 | Heeft basiskennis en begrijpt de relevantie van e-commercewetgeving, cookie- en privacywetgeving en AVG. | Ja/Nee |  |  |

##### (2) E-COMMERCE-OPERATIE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| nr | Competentie | Ja/Nee | Ja: verwijs naar module + relevante bijlagen | Nee: geef geplande opname datum weer |
| 11 | Kent de verschillen tussen pure player, multichannel spelers en omnichannel spelers, en kan adviseren over de mogelijkheden en voordelen van het digitale kanaal. | Ja/Nee |  |  |
| 12 | Heeft inzicht in de processtappen die moeten worden doorlopen bij het ontwikkelen van een webshop. Kan vanuit de e-commercediscipline meewerken aan het implementeren en uitvoeren van nieuwe webshoptoepassingen. | Ja/Nee |  |  |
| 13 | Kan vanuit de e-commercediscipline externe partijen briefen met betrekking tot het onderhouden en optimaliseren van de webshop. | Ja/Nee |  |  |
| 14 | Is in staat mee te denken hoe de webshop op meerdere bestaande en nieuwe devices ontwikkeld kan worden om de conversie te verhogen. | Ja/Nee |  |  |
| 15 | Heeft basisniveau begrip van de technologie achter online applicaties. | Ja/Nee |  |  |
| 16 | Heeft kennis van de e-supply chain van middelgrote ondernemingen en de diverse mogelijkheden om e-fulfilment in te richten, en kan adviseren over diverse leveringsopties. | Ja/Nee |  |  |
| 17 | Is bekend met de problematiek van retouren en de impact op het rendement van de webshop. Kent de belangrijkste aangrijpingspunten om retouren te verminderen. | Ja/Nee |  |  |

#####

##### (3) CATEGORY MANAGEMENT & MARKETING

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| nr | Competentie | Ja/Nee | Ja: verwijs naar module + relevante bijlagen | Nee: geef geplande opname datum weer |
| 18 | Heeft basiskennis van category management en e-Marketing in zijn geheel. | Ja/Nee |  |  |
| 19 | Heeft inzicht in de belangrijkste online instrumenten voor een optimale klantervaring van het productaanbod, waaronder de productpagina, de navigatie, browsecategorieën, zoekopties en filter- en sorteeropties. | Ja/Nee |  |  |
| 20 | Kan klantinzichten vertalen naar digital merchandising-activiteiten die de gebruikerservaring en conversie bevorderen. | Ja/Nee |  |  |
| 21 | Heeft inzicht in de factoren die de organische vindbaarheid en traffic beïnvloeden en kan voorstellen doen voor zoekmachineoptimalisatie. | Ja/Nee |  |  |
| 22 | Heeft kennis van verschillende digitale-marketingkanalen om traffic en conversie te bevorderen. Begrijpt de impact van betaalde traffic op product- en klantrendement. | Ja/Nee |  |  |

##### (4) CUSTOMER JOURNEY

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| nr | Competentie | Ja/Nee | Ja: verwijs naar module + relevante bijlagen | Nee: geef geplande opname datum weer |
| 23 | Begrijpt het concept van digitale koopprocessen met betrekking tot de customer journey van voor zowel B2C als B2B en denkt en redeneert vanuit het klantperspectief. Past modellen toe om de customer journey in kaart te brengen. | Ja/Nee |  |  |
| 24 | Is in staat een customer journey aan te passen en te verbeteren in een omnichannel omgeving, waarbij digitale en fysieke touchpoints zijn geïntegreerd. | Ja/Nee |  |  |
| 25 | Heeft kennis van de technieken voor het opstellen van een klantenfunnel. | Ja/Nee |  |  |
| 26 | Heeft kennis van systemen en tools, zoals marketing automation, waarmee bezoekers en klanten geregistreerd en geanalyseerd en benaderd kunnen worden en kan deze toepassen. | Ja/Nee |  |  |
| 27 | Kan de relatie uitleggen tussen usability en conversieoptimalisatie door kennis te hebben van de begrippen, de relatie tussen de begrippen alsook het toepassen van de kennis op de e-commerce-omgeving. | Ja/Nee |  |  |
| 28 | Heeft kennis van betalingsmogelijkheden in de markt. | Ja/Nee |  |  |
| 29 | Begrijpt het belang van customer service als onderscheidende factor. Heeft inzicht in de diverse servicemodellen en -kanalen voor customer care, en begrijpt de relatie tussen service en klanttevredenheid. | Ja/Nee |  |  |
| 30 | Heeft inzicht in de belangrijkste KPI’s voor customer service en in de methoden om deze te monitoren. | Ja/Nee |  |  |

##### (5) PRODUCTCOMMUNICATIE

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| nr | Competentie | Ja/Nee | Ja: verwijs naar module + relevante bijlagen | Nee: geef geplande opname datum weer |
| 31 | Begrijpt het belang van consistente productinformatie binnen de diverse kanalen, en is bekend met (geautomatiseerde) processen en systemen om productinformatie te managen en weet wanneer deze toe te passen. Voorbeelden: product feeds, AI, PIM, DAM en Translation Engines | Ja/Nee |  |  |
| 32 | Begrijpt het belang van vindbaarheid, leesbaarheid en aantrekkelijkheid van tekstuele en visuele productinformatie, met een betere conversie als doel. | Ja/Nee |  |  |
| 33 | Weet user-generated content, zoals klantbeoordelingen, binnen de customer journey in te zetten. | Ja/Nee |  |  |
| 34 | Kan op basis van content onlineklantgedrag beïnvloeden, en kan vanuit de optimalisatie van de customer journey een briefing geven aan contentspecialisten. | Ja/Nee |  |  |
| 35 | Is bekend met product informatie automatisering en weet de afweging te maken wanneer handmatig, en wanneer geautomatiseerd te werken. | Ja/Nee |  |  |

**RUIMTE VOOR EVENTUELE TOELICHTING**

|  |
| --- |
|  |