

Vertrouwelijk



Persoonlijk rapport van Joost Gerrits

Datum rapport: 14-02-2017



Rapportage: Joost Gerrits

Beschrijving test

Op 14-02-2017 heeft Joost Gerrits in opdracht van de test Nima Onlinemarketing test gemaakt. Deze rapportage geeft inzicht in de score van Joost Gerrits, zoals deze hieronder worden weergegeven.

De test Nima Onlinemarketing test bestaat uit 100 Multiple Choice vragen en is opgebouwd uit de volgende onderdelen:

- Webanalytics rapportage - Niveau - Inzicht, Kennis en Toepassing
- Display Advertising - Niveau - Kennis, Inzicht en Toepassing
- SEA - Niveau - Inzicht, Kennis en Toepassing
- Mobile Marketing - Niveau - Kennis en Inzicht
- E-mail Marketing - Niveau - Kennis en Inzicht
- CRM - Niveau - Inzicht, Kennis en Toepassing
- SEO - Niveau - Kennis, Inzicht en Toepassing
- Online Sales Algemeen - Niveau - Inzicht en Kennis
- Algemeen - Niveau - Kennis, Toepassing en Inzicht
- Social Media Marketing - Niveau - Kennis en Inzicht

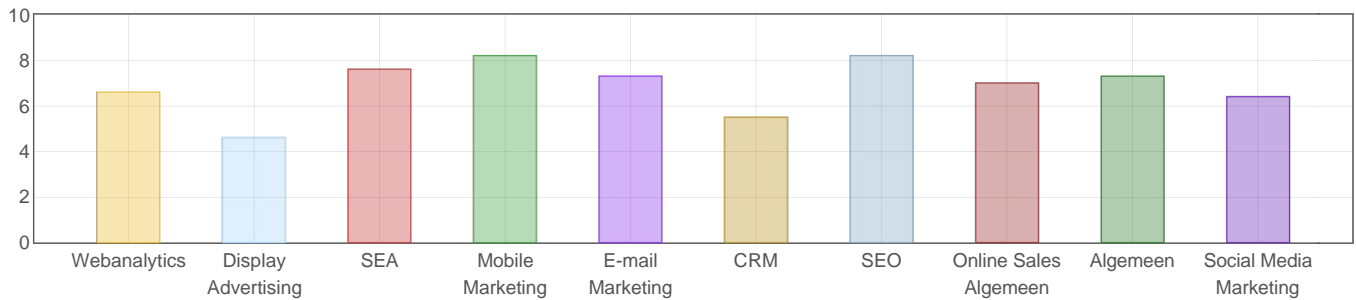
Globaal overzicht van de testresultaten

- Totaalscore: 6,8 (Ruim voldoende)
- Score kennisvragen: 7,6 (Goed)
- Score inzichtsvragen: 6,0 (Voldoende)
- Score toepassingsvragen: 4,8 (Matig)
- Aantal goed beantwoorde vragen: 65 (65% van het totaal aantal gestelde vragen)
- Aantal foutief beantwoorde vragen: 35 (35% van het totaal aantal gestelde vragen)
- Aantal onbeantwoorde vragen: 0 (0% van het totaal aantal gestelde vragen)
- Tijdsduur: 8 minuten 30 seconden



Totaal score

Hieronder vind je de totaalscore voor alle type vragen van de gemaakte test.



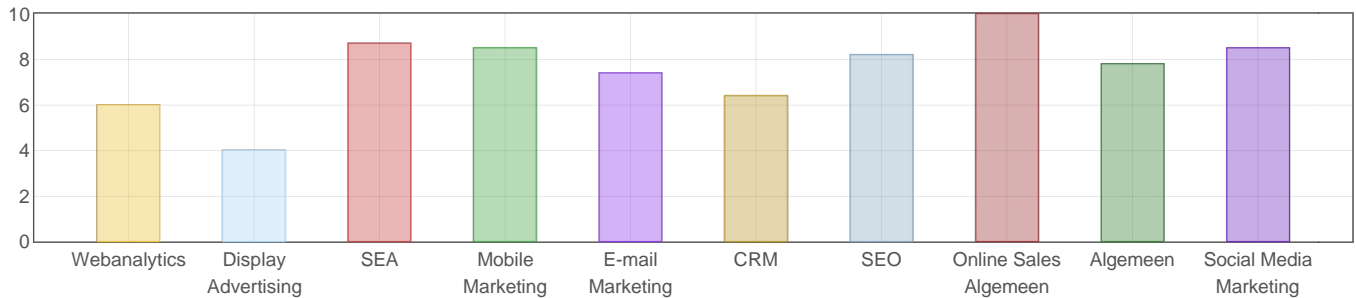
Beoordeling

Categorie	Cijfer	Beoordeling
Webanalytics	6,6	Ruim voldoende
Display Advertising	4,6	Matig
SEA	7,6	Goed
Mobile Marketing	8,2	Goed
E-mail Marketing	7,3	Ruim voldoende
CRM	5,5	Voldoende
SEO	8,2	Goed
Online Sales Algemeen	7,0	Ruim voldoende
Algemeen	7,3	Ruim voldoende
Social Media Marketing	6,4	Voldoende



Score kennisvragen

Hieronder vind je de score met betrekking tot de kennisvragen van de gemaakte test.



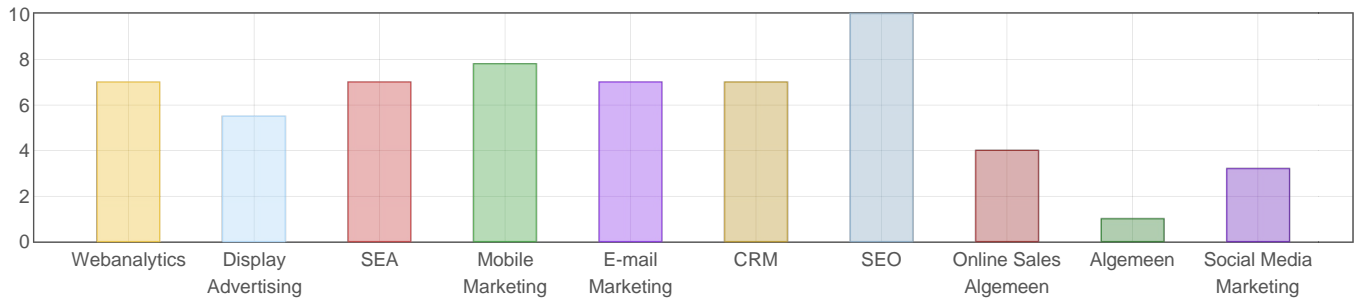
Beoordeling

Categorie	Cijfer	Beoordeling
Webanalytics	6,0	Voldoende
Display Advertising	4,0	Onvoldoende
SEA	8,7	Zeer goed
Mobile Marketing	8,5	Zeer goed
E-mail Marketing	7,4	Ruim voldoende
CRM	6,4	Voldoende
SEO	8,2	Goed
Online Sales Algemeen	10,0	Uitstekend
Algemeen	7,8	Goed
Social Media Marketing	8,5	Zeer goed



Score inzichtsvragen

Hieronder vind je de score met betrekking tot de inzichtsvragen van de gemaakte test.



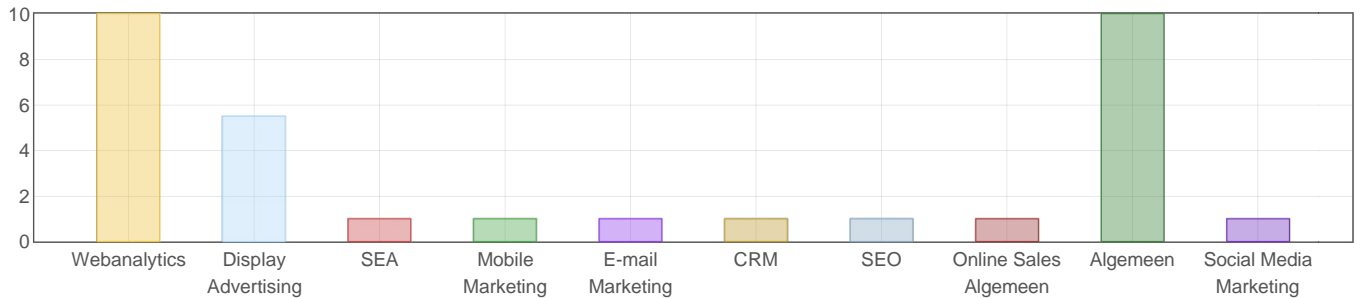
Beoordeling

Categorie	Cijfer	Beoordeling
Webanalytics	7,0	Ruim voldoende
Display Advertising	5,5	Voldoende
SEA	7,0	Ruim voldoende
Mobile Marketing	7,8	Goed
E-mail Marketing	7,0	Ruim voldoende
CRM	7,0	Ruim voldoende
SEO	10,0	Uitstekend
Online Sales Algemeen	4,0	Onvoldoende
Algemeen	1,0	Zeer slecht
Social Media Marketing	3,2	Ruim onvoldoende



Score toepassingsvragen

Hieronder vind je de score met betrekking tot de toepassingsvragen van de gemaakte test.



Beoordeling

Categorie	Cijfer	Beoordeling
Webanalytics	10,0	Uitstekend
Display Advertising	5,5	Voldoende
SEA	1,0	Zeer slecht
Mobile Marketing	1,0	Zeer slecht
E-mail Marketing	1,0	Zeer slecht
CRM	1,0	Zeer slecht
SEO	1,0	Zeer slecht
Online Sales Algemeen	1,0	Zeer slecht
Algemeen	10,0	Uitstekend
Social Media Marketing	1,0	Zeer slecht



Omschrijving van de gehanteerde functieniveaus

We onderscheiden de onderstaande 3 functieniveaus voor onze testen:

Junior

< 3 jaar werkervaring. Verricht werkzaamheden onder het toezicht van een senior medewerker/manager. Enige ervaring met online media en middelen.

Medior

3 - 7 jaar werkervaring. Verricht zelfstandig werkzaamheden en rapporteert aan een manager. Ruime ervaring met online media en middelen.

Senior

> 7 jaar werkervaring. Geeft leiding aan een afdeling/team. Veel ervaring met online media en middelen

Omschrijving van de gehanteerde functieniveaus

We onderscheiden de onderstaande 3 functieniveaus voor onze testen:

Kennisvragen

Door middel van onze kennisvragen test je de parate kennis van het online vakgebied van deelnemers.

Voorbeeld kennisvraag:

Wat wordt bedoeld met multivariatie test?

Inzichts vragen

Door middel van onze inzichts vragen test je het inzicht van de deelnemers in het online vakgebied.

Voorbeeld inzichtsvraag:

Welke van de volgende twee beweringen over e-mail marketing is juist?

1. E-mailmarketing stuurt vooral op een latente behoefte bij de ontvanger
2. E-mailmarketing kan naast acquisitie ook effectief ingezet worden voor retentie



Toepassingsvragen

Door middel van onze toepassingsvragen test je of deelnemers in staat zijn om hun kennis van en inzicht in het online vakgebied toe te passen op de praktijk.

Voorbeeld toepassingsvraag:

Wat zijn de kosten per conversie deze SEA-campagne op basis van de hieronder weergegeven gegevens?

Omschrijving van het gehanteerde scoringsmechanisme

Scoringsmechanisme individuele vraagcategorieën

Squillzer's scoringsmechanisme voor de individuele vraagcategorieën is als volgt opgebouwd:

Elk type vraag - kennisvraag, inzichtsvraag en toepassingsvraag - heeft dezelfde wegingsfactor in het resultaat van een test op de individuele vraagcategorie. Dit is wegingsfactor 1.

Ook in de wegingsfactor van het adviesniveau van een vraag is geen onderscheid. Dus ook hier geldt voor alle drie de adviesniveaus wegingsfactor 1 in het resultaat van een test op individuele vraagcategorie.

Het cijfer van de individuele vraagcategorieën wordt als volgt berekend:

$$\text{Cijfer} = 9,0 * (S / L) + N$$

S = Score

L = Lengte van de scoreschaal (maximumscore)

N = Norm

De norm die we hanteren is 1,0. Dus N = 1,0

Rekenvoorbeeld:

Stel een testdeelnemer heeft van de 30 geselecteerde vragen in een testcategorie (maximumscore = 30) 20 vragen goed beantwoord (score = 20). Zijn of haar cijfer wordt dan berekend door het aantal goed beantwoorde vragen (= score) te delen door het totaal aantal geselecteerde vragen (= maximumscore) in de betreffende testcategorie. En dat getal te vermenigvuldigen met het getal 9,0. En daar vervolgens de norm (= 1,0) bij op te tellen.

$$9,0 * (20/30) + 1,0 = \text{beoordelingscijfer } 7$$

Scoringsmechanisme totaalscore

De totaalscore van een test wordt berekend door de scores van de individuele vraagcategorieën bij elkaar op te tellen en te delen door het aantal vraagcategorieën in de betreffende test. De score van elke individuele vraagcategorie weegt daarbij even zwaar.

Rekenvoorbeeld:

Stel een testdeelnemer heeft een 9 gescoord voor Affiliate Marketing, een 8 voor Social Media Marketing, een 7 voor E-mail Marketing en een 6 voor SEA. Zijn of haar cijfer wordt dan als volgt berekend:

$$(9+8+7+6)/4 = \text{totaalscore } 7,5$$



Testdeelnemer: **Rapportage: Joost Gerrits**

Datum: **14-02-2017**

Contact

Voor vragen en opmerkingen over de test en deze rapportage kun je contact opnemen met Sqillzer of Nima via onderstaande contactgegevens.

Opdrachtgever van de test:

Deelnemer aan de test: Joost Gerrits

Sqillzer

info@sqillzer.nl

Schinkelse baan 19, 2908 LE Capelle a/d IJssel

NIMA

info@nima.nl

Hogehilweg 16, 1101 CD Amsterdam-Zuidoost