

Beste Marketingthesis van Vlaanderen 2011

Posted By Redactie On donderdag, november 24, 2011 12:51 PM. Under Kanaal Economie



Partners In Marketing, het marketingadviesbedrijf uit Lommel, heeft vanavond in de brouwerij van Duvel Moortgat de prijzen uitgereikt voor De Beste Marketingthesis van Vlaanderen, editie 2011. Wiebke Peeters van Vrije Universiteit Brussel won de hoofdprijs en ontving € 1.000 van Partners In Marketing. Alle finalisten kregen 2 VIP-tickets voor het Autosalon 2012 van GM Belgium en een abonnement op Trends. De Beste Marketingthesis van Vlaanderen 2011 heeft als titel 'Onderzoek naar het gebruik van social media als marketingkanaal door ondernemingen in Vlaanderen'. De promotor van deze eindverhandeling is Prof. Dr. Eddy Vandijck. De selectieprocedure. De selectie van de marketingthesissen gebeurde eerst door de Vlaamse universiteiten zelf. De professoren marketing vaardigden aan het einde van het academiejaar de beste eindwerken af voor de wedstrijd. 10 finalisten dongen mee naar de titel van 'Beste Marketingthesis van Vlaanderen'. Na de academische preselectie beoordeelde een bedrijfsjury de eindwerken aan de hand van 6 criteria: inhoud, stijl en vorm, actualiteitswaarde, wetenschappelijke onderbouw, praktische haalbaarheid en publiciteitswaarde. Deze beoordeling zorgde voor een ideale mix tussen theorie en praktijk.

De winnende thesis

De thesis van Wiebke Peeters onderzoekt in welke mate Belgische ondernemingen gebruik maken van social media als marketingtool. De evolutie van het statische 'Web 1.0' naar het dynamische 'Web 2.0' heeft de online wereld namelijk in sterke mate veranderd. Door de komst van Web 2.0 en social media zijn consumenten de dag van vandaag in staat op zeer eenvoudige wijze informatie, meningen en aanbevelingen op grote schaal te verspreiden. Dit heeft geleid tot een verschuiving in de marktkrachten van de producent naar de consument. De studie toont aan in welke mate aanbevelingen van consumenten worden vertrouwd en tot op welk niveau de verschuiving van marktkrachten uiteindelijk een invloed uitoefent op de marketingwereld. Daarnaast wordt ook aangegeven op welke manier ondernemingen zelf gebruik kunnen maken van social media platformen en welke voordelen deze kunnen bieden wanneer ze ingezet worden als marketingkanaal.

Lovende woorden van de jury

De bedrijfsjury (onder meer marketingdirecteurs van AkzoNobel en Rockfon) was zeer enthousiast: "Het gebruik van social media in de zakelijke omgeving is de laatste maanden een hot topic. In Vlaanderen werd hieromtrent echter nog weinig onderzoek verricht en vallen we veelal terug op internationale studies. 'De Beste Marketingthesis van Vlaanderen 2011' is dan meteen ook één van de weinige complete naslagwerken die een goed inzicht geeft in de transitie van Web 1.0 naar Web 2.0. waarin iedereen marketeer is." "De thesis stelt dat 86% van de bedrijven graag meer wil investeren in social media, waarbij het opdoen van kennis en het vrijmaken van tijd (ten koste van traditionele middelen) de nodige aandacht vergt. "Door hier als bedrijf goed gebruik van te maken, schep je niet alleen een betere band met de consument, het laat ook een unieke klantenservice toe, wat leidt tot positieve buzz over je brand, het begin van een virale marketingstrategie." "De thesis is een 'must read' voor elk bedrijf dat de klant hoog in het vaandel draagt en bereid is om met vallen en opstaan de eerste stappen te zetten in de boeiende virtuele wereld."

Pleidooi voor strategische marketing

Om studenten te stimuleren om voor het boeiende marketingvak te kiezen, organiseerde Partners In Marketing voor het 10de jaar op rij de wedstrijd 'De Beste Marketingthesis van Vlaanderen'. Door Vlaamse marketingstudenten met de beste thesissen te belonen, komt marketing als strategische bedrijfsfunctie meer in de kijker te staan. Voor de laatstejaarsstudenten van de Vlaamse universiteiten is deze wedstrijd ook de ideale gelegenheid om het meesterstuk van hun academische carrière bekroond te zien. Dit initiatief van Partners In Marketing wordt enthousiast onthaald in de bedrijfswereld. De afgelopen jaren mochten we al rekenen op de steun van Opel, Trends, Akzo Nobel, Rockfon en De Post. Deze editie mochten we ook Duvel Moortgat aan het rijtje toevoegen, zij namen de hosting van deze editie op zich. Werner Bullen (Partners In Marketing): "Marketing staat voor veel bedrijven, klein én groot, nog steeds synoniem met reclame en communicatie. Een goede marketingstrategie, die veelomvattend is en elke bedrijfsfunctie beïnvloedt, is echter essentieel om vandaag de dag als bedrijf te scoren en zijn positie in de markt veilig te stellen. Het is een dilemma om uit te maken of jouw bedrijf bestaat dankzij je product dan wel dankzij je klant. Iedereen heeft vandaag de mond vol van creativiteit, klantgerichtheid, one-to-one, enzovoort, maar welk bedrijf neemt nog de tijd om strategisch na te denken over zijn toegevoegde waarde op de markt en deze analyse te vertalen in een commercieel bedrijfsbeleid?"

Een juiste analyse van de markt, een duidelijke strategie en een consistente implementatie van het marketingplan: daar kan een bedrijf toch alleen maar beter van worden?. Het is heel belangrijk pro-actief de markt te bewerken, en niet te wachten tot de klant een initiatief neemt. Bovendien wordt het vak van marketeer onderschat. Vaak gaat het nog over communicatie of reclame, maar het denkwerk dat aan dat proces voorafgaat, willen wij bekronen. De beste marketingthesis van het jaar wordt dan ook op verschillende aspecten beoordeeld, zoals de actualiteits- en publiciteitswaarde, de inhoud en vorm en de wetenschappelijke onderbouw."