



WIE SCHREEF DE BESTE MARKETINGTHESIS VAN VLAANDEREN?

19/10/2009

Partners In Marketing, het marketing adviesbedrijf uit Lommel, heeft op donderdag 15 oktober bij Palm Breweries in Steenhuffel de prijzen uitgereikt voor De Beste Marketingthesis van Vlaanderen, editie 2009. Sharon Vandousselaere van Universiteit Gent won de hoofdprijs en ontving € 1.000 van Partners In Marketing. Alle finalisten kregen een rijvaardigheidstraining van GM Belgium en een abonnement op Bizz Magazine. Rockfon bood de finalisten het boek "Klanten zijn nét mensen" van Jos Burgers aan. De Beste Marketingthesis van Vlaanderen 2009 heeft als titel "De invloed van soorten klantenloyaliteit op prijsgevoeligheid en de bereidheid om meer te betalen in de winkel". De promotor van deze eindverhandeling is Prof. Dr. Patrick Van Kenhove.

De thesis van Sharon Vandousselaere handelt over de relatie tussen verschillende soorten klantenloyaliteit, prijsgevoeligheid en de bereidheid om meer te betalen. In het huidige kader van onderlinge concurrentie tussen bedrijven, is het van cruciaal belang voor bedrijven en winkels om een onderscheid te maken tussen verschillende soorten loyale klanten. In dit onderzoek werd immers bevestigd dat niet elke loyale klant een meerwaarde biedt. Bedrijven die de winstgevend loyale klanten kunnen identificeren, zullen het meest voordeel halen uit hun loyaliteitsprogramma's en inspanningen om relaties met klanten uit te bouwen.

