



De Beste Marketingthesis van Vlaanderen

Bron: Persbericht

maandag, 22 november 2010

Partners In Marketing, het marketingadviesbedrijf uit Lommel, heeft in het Sorteercentrum Antwerpen X van bpost de prijzen uitgereikt voor De Beste Marketingthesis van Vlaanderen, editie 2010. Werner Kalders van Universiteit Hasselt won de hoofdprijs en ontving € 1.000 van Partners In Marketing.



Alle finalisten kregen 2 VIP-tickets voor het Autosalon 2011 van GM Belgium en een abonnement op Trends/BIZZ Magazine. Rockfon bood de finalisten het boek 'Ollifantenmarketing' van Anja Stas aan. De Beste Marketingthesis van Vlaanderen 2010 heeft als titel 'Corporate blogs in een Belgische context'. De promotor van deze eindverhandeling is Prof. Dr. Gilbert Swinnen.

De selectieprocedure

De selectie van de marketingthesissen gebeurde eerst door de universiteiten zelf. De professoren marketing vaardigden aan het einde van het academiejaar de beste eindwerken af voor de wedstrijd. 11 finalisten dongen mee naar de titel van 'Beste Marketingthesis van Vlaanderen'. Na de academische preselectie beoordeelde een jury, bestaande uit organisatoren en practici, de thesissen 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 Werner Kalders handelt over de Belgische corporate blogosphere, de voor- en nadelen van corporate blogs en de impact ervan op ondernemingen. Met het ontstaan van het internet opende zich namelijk een nieuwe wereld voor ondernemingen om hun producten aan de man te brengen. In het bijzonder voor marketeers werd snel duidelijk dat het internet vele mogelijkheden bood en bijgevolg ontstond internetmarketing. Pop-ups, zoekmachinemarketing en webbanners zijn enkele technologieën die internetmarketeers tot hun beschikking hebben. Toch blijken niet al deze marketingguitingen te worden gesmaakt bij de internetgebruikers en dus zoekt men naar nieuwe alternatieven. Een van die alternatieven vond men terug in de vorm van corporate blogs. Corporate blogs bieden ondernemingen een nooit eerder geziene manier om te communiceren met klanten.

Lovende woorden van de jury

De jury loofde de inhoud: "De Beste Marketingthesis van Vlaanderen 2010 begint eigenlijk waar het traditionele adverteren ophoudt. Communiceren met je klanten over je merk en ook bewust deze interactie opzoeken, past perfect binnen de marketingconcepten van de toekomst. Naast een erg sterke analyse van de corporate blogs als communicatiekanaal en de verschillende types ervan, bevat de thesis ook veel begrijpbare voorbeelden uit binnen- en buitenland. Bovendien geeft Werner ook praktische tips en waarschuwt voor de valkuilen bij het opstarten van een corporate blog." De verhandeling duidt op een sterk inzicht in de materie: "Werner begrijpt zeer goed dat het niet enkel om de tool gaat. Het bloggen is een middel om, samen met andere alternatieve social media, een hogerliggend doel te bereiken. Het is een ware must voor elke marketeer die in de 21ste eeuw wil overleven."

Redactie-adres

Postbus 125
5720 AC Asten
T: 0493-671060
E-mail

Advertentie Exploitatie

T: 038 4606384
Gerjan Raidt
M: 06-25297927
E-mail

Online

Edwin Benning
T: 038 4606384
E-mail

Pleidooi voor strategische marketing

Om studenten te stimuleren om voor het boeiende marketingvak te kiezen, organiseerde Partners In Marketing voor het 9de 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/Bizz, AkzoNobel en Rockfon. Deze editie mochten we ook bpost aan het rijtje toevoegen, zij namen dit jaar de hosting van het event 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."