

Tijdens deze banner krijg je 5 Tweets binnen.

[Home](#) | [Contact](#) | [Adverteren](#) | [Over PUB](#) | [Abo-formules](#)



Onze merken,
jouw verhaal

Marketingjobs bij
de Groep Colruyt



[News](#) | [Jaarboeken online](#) | [Agenda](#) | [Archief PUB Magazine](#) | [We want more](#) | [Campagnes](#) | [PUB Panel](#) | [PUB-gamma](#) | [Jobs](#) | [E-shop](#) | [Links](#)

FR

Login

Zoeken

afdrukken stuur naar een vriend reageer Share / Save

Wiebke Peeters van de VUB wint de Beste Marketingthesis van Vlaanderen 2011

24/11/2011

Partners In Marketing, het marketingadviesbedrijf uit Lommel, heeft de hoofdprijs voor De Beste Marketingthesis van Vlaanderen, editie 2011, uitgereikt aan Wiebke Peeters van de Vrije Universiteit Brussel. Zijn thesis heeft als titel "Onderzoek naar het gebruik van social media als marketingkanaal door ondernemingen in Vlaanderen", de promotor is Prof. Dr. Eddy Vandijck.

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. Na de academische preselectie beoordeelde een bedrijfsjury de eindwerken aan de hand van zes criteria: inhoud, stijl en vorm, actualiteitswaarde, wetenschappelijke onderbouw, praktische haalbaarheid en publiciteitswaarde. Deze beoordeling zorgde voor een ideale mix tussen theorie en praktijk.

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 onlinewereld namelijk in sterke mate veranderd. Door de komst van Web 2.0 en social media zijn consumenten 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.

Volgens de bedrijfsjury (onder meer marketingdirecteurs van AkzoNobel en Rockfon) is de thesis van Wiebke Peeters één van de weinige complete naslagwerken die een goed inzicht geeft in de transitie van Web 1.0 naar Web 2.0. 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.

Tags: [Partners In Marketing](#) [Beste Marketingthesis van Vlaanderen](#) [Wiebke Peeters](#) [Vrije Universiteit Brussel](#) [social media](#) [Eddy Vandijck](#)

Like



DISQUS

Voeg nieuwe reactie toe

Schrijf je reactie hier.

Image

Plaats als ...

0 reacties

Sorteren op Reacties per e-mail ontvangen

Jobs

body double - Diverse jobadvertenties regio Brussel / Vlaams Brabant

Pirana Concepts - Creative designer

Square Melon - 2 Julio Iglesiassen

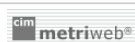
BrandConnection - TV + Radio Planner & Buyer

[Alle jobs >>](#)



[Communication](#) / [Marketing](#) / [Media](#) / [People](#) / [Research](#) / [Cannes](#) / [CCB](#) / [CIM](#)

Klantenservice: Tel. : 0800 94 571 - [Disclaimer](#) - [Privacy](#)



Copyright © 2008-2011 Wolters Kluwer Belgium N.V.