



PARTNERS IN MARKETING

PERSBERICHT

Justine Peelaers van de VUB schrijft Beste Marketingthesis van Vlaanderen 2016

Antwerpen, 9 december 2016 – Marketingadviesbedrijf Partners In Marketing reikte gisterenavond bij retailer Selexion in Wommelgem de prijzen uit voor De Beste Marketingthesis van Vlaanderen, editie 2016. Justine Peelaers van de Vrije Universiteit Brussel won met haar eindverhandeling *'Van social influencer tot eindgebruiker: een oriënterend onderzoek naar het gedrag van de Vlaamse Instagram-gebruiker'*. De promotor is Prof. Dr. Malaika Brengman. Chief Customer Officer Sofie Geyskens en Online Manager Tim Gielen van Euronics, het concern achter de sterke merknaam Selexion, deelden samen met Wim Berghmans van online marketing agency iValue op deze mooie avond hun marketinginzichten met focus op een omnichannel strategie en het uitbouwen van een sterk e-commerce platform gericht op de customer experience.

Streng selectieprocedure

De Vlaamse universiteiten selecteerden aan het einde van vorig academiejaar 11 young potentials die meedongen naar de titel 'Beste Marketingthesis van Vlaanderen'. Hierna beoordeelde een bedrijfsjury de marketingthesissen aan de hand van 6 criteria: inhoud, stijl en vorm, actualiteitswaarde, wetenschappelijke onderbouw, praktische haalbaarheid en publiciteitswaarde. Deze beoordeling zorgt voor een ideale mix tussen theorie en praktijk.

Instagram als nieuw marketingkanaal

De winnende thesis onderzoekt het medium Instagram en schetst een beeld van de Vlaamse Instagram-gebruiker. Zowel eindgebruikers, merken als social influencers zijn talrijk en dagelijks aanwezig op Instagram. Zij wenden het medium aan om op de hoogte te zijn van hun directe of virtuele omgeving. Merken spelen dan ook maar al te graag in op deze opkomende Instagramtrend en zien een nieuw marketingkanaal geboren worden. Kosteloos kunnen zij zowel hun marketingbudget drukken als interactie, feedback en inzicht in of van hun cliënteel winnen. Via het posten van foto's kan op slinkse wijze onbewust reclame worden gemaakt en aan imago-building worden gedaan.

Justine zegt hierover: "Onderzoek naar het medium Instagram is belangrijk, nu zij ons nieuwe inzichten over sociale, culturele en omgevingskwesties biedt. Instagram en identiteit zijn daarnaast twee concepten die nauw verbonden zijn met elkaar. Het medium maakt het immers mogelijk een online identiteit uit te bouwen, die de gebruiker wenselijk acht. Professionele gebruikers en social influencers hebben hiervoor een doordachte strategie vooropgesteld, op die manier kunnen zij aan profiling doen."



Lovende woorden van de jury

De bedrijfsjury (o.m. Dominique Goven, Marketing Manager Rockfon en Erik Vander Mijnsbrugge, Partners In Marketing) was bijzonder enthousiast: "In de vele jaren als jurylid zelden een thesis gezien die zo goed afgebakend was, geografisch en doelgroeptechnisch, en binnen die grenzen ook nog eens het juiste detailniveau wist te bereiken. A must read voor brand managers, niet zomaar een thesis 'to keep up with the rest', maar eerder 'a fear to miss out'. Het persoonlijk leerproces van Justine bevat een boodschap voor beginnende, maar ook ervaren marketeers: alles begint met het luisteren naar je klant en de kracht van je netwerk."

Passie voor marketing

Om studenten te stimuleren om voor het boeiende marketingvak te kiezen, organiseerde Partners In Marketing voor het 15de jaar op rij de wedstrijd 'De Beste Marketingthesis van Vlaanderen'. Werner Bullen (Partners In Marketing): "We zijn gepassioneerd door het vakgebied. Daarom belonen wij jaarlijks de auteur van de Beste Marketingthesis in Vlaanderen, zodat ook jonge marketingtalenten de kans krijgen om zich te ontwikkelen. Uiteindelijk gaat het om kennis en ervaring overbrengen en uitwisselen. We willen inspireren, niet vanuit een ivoren toren, wel vanuit de dagelijkse praktijk."

Het initiatief wordt ondersteund door Rockfon en Opel Belgium. Euronics-Selexion verzorgde dit jaar de hosting en de mooie omkadering van de prijsuitreiking. Justine Peelaers ontving € 1.000 van Partners In Marketing. Alle finalisten kregen een inspirerend marketingboek van Rockfon en 2 VIP-tickets voor het Autosalon 2017 van Opel Belgium.

- Einde persbericht -

Partners In Marketing (PIM) is een marketingadviesbureau dat toegevoegde waarde levert aan bedrijven en overheden inzake commerciële ontwikkeling. De dienstverlening gaat van marktonderzoek over marketingplanning en strategisch marketingadvies naar implementatie en opleiding. Het bedrijf heeft kantoren in Antwerpen en Lommel.

Partners In Marketing (PIM)

Contactpersoon: Kristel Damen
Koning Leopoldlaan 32 - 3920 Lommel
Tel: 011/54 70 38
kristel.damen@partnersinmarketing.eu
www.partnersinmarketing.eu