



PARTNERS IN MARKETING

Persbericht :

De Beste Marketingthesis van Vlaanderen 2008

Partners In Marketing reikt prijs uit voor 'De Beste Marketingthesis van Vlaanderen'

Lommel, 17 oktober 2008 – Partners In Marketing, het marketing adviesbedrijf uit Lommel, heeft gisterenavond bij GM Belgium in Antwerpen de prijzen uitgereikt voor De Beste Marketingthesis van Vlaanderen, editie 2008. De wedstrijd werd voor de zevende keer georganiseerd, voor de laatstejaarsstudenten van de Vlaamse universiteiten. Stephanie Beckers van Universiteit Hasselt won de hoofdprijs van € 1.000. De finalisten kregen ook een rijvaardigheidstraining van GM Belgium en een abonnement op BIZZ Magazine. De Beste Marketingthesis van Vlaanderen 2008 heeft als titel 'Revolutie in het distributiebeleid van supermarkten. Een onderzoek naar de noodzakelijke aanpassingen aan de toenemende vergrijzing'. De promotor van deze eindverhandeling is Prof. Dr. Gilbert Swinnen.

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. 12 finalisten dongen mee naar de titel van 'De 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 thesis van Stephanie Beckers had als opzet na te gaan hoe een supermarkt ervoor kan zorgen dat ze aantrekkelijker wordt voor vijftigplussers. Ze onderzocht wat de wensen van senioren zijn met betrekking tot inkopen doen in de supermarkt en hoe supermarkten hier in de toekomst meer en beter op kunnen inspelen. Dit gebeurde via een literatuurstudie en een praktijkonderzoek. Voor het praktisch gedeelte werden focusgroepen georganiseerd waarin telkens relevante elementen aan bod kwamen zoals winkelkeuze, retail practices, personeel, interne winkelomgeving, het sociale aspect en de toegankelijkheid.

Partners In Marketing organiseert de wedstrijd in nauwe samenwerking met GM Belgium, Jobat en Akzo Nobel. De idee ontstond enkele jaren geleden: marketing als strategische

bedrijfsfunctie meer in de kijker zetten door de studenten met de beste marketingthesissen te belonen. Bovendien wil Partners In Marketing studenten stimuleren om voor het boeiende marketingvak te kiezen.

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 te markt te bewerken, en niet te wachten tot de klant een initiatief neemt."

Het marketing adviesbedrijf Partners In Marketing is opgericht in 2000. Partners In Marketing is een adviesbureau dat internationale bedrijven, non-profit organisaties en overheidsinstanties adviseert inzake strategische marketing. De dienstverlening gaat van marktonderzoek over marketingplanning en -training tot strategisch marketingadvies. PIM heeft verschillende kwaliteitscertificaten behaald met betrekking tot klantentevredenheid. Het bedrijf werkt zeer nauw samen met verschillende topuniversiteiten in Europa en China. In 2007 werd Werner Bullen door het Nederlands Instituut voor Marketing (NIMA) benoemd als eerste niet-Nederlandse Register Marketeer. In hetzelfde jaar verwelkomde de Belgische Federatie van Marktonderzoeksbureaus (FEBELMAR) PIM als officieel lid en werd het adviesbureau meteen het eerste Febelmar-lid uit de provincie Limburg.

Voor meer informatie surf naar www.partnersinmarketing.eu

- Einde -

Noot voor de redactie - voor verdere informatie kunt u zich wenden tot:

PIM - Partners In Marketing (contact: Werner Bullen of Kristel Damen)

Koning Leopoldlaan 32, 3920 Lommel, België

Telefoon: +32 11 54 70 38, Fax: +32 11 54 70 42, GSM: +32 478 25 16 22

E-mail: kristel.damen@partnersinmarketing.eu - Web: www.partnersinmarketing.eu