



# **MARKETING** **TROONREDE**

UITGESPROKEN VOOR MARKETEERS

8 september 2015

# Missie & doelstellingen stichting

Missie: **MARKETING TROONREDE** daagt marketeers uit **het vak te vernieuwen!**

- Bevorderen van marketingfunctie, in de meest brede zin, bij Nederlandse en multinationale organisaties.
- Doen van onderzoek over algehele maatschappelijke, branche en organisatie specifieke ontwikkelingen en de gevolgen daarvan voor de marketingfunctie in organisaties en de professionalering ervan.
- Aanreiken van aanbevelingen aan vakgenoten, opleiders en andere belanghebbenden om de marketingfilosofie en daaruit voortvloeiende werkzaamheden te bevorderen.
- Daarnaast het organiseren van bijeenkomsten met vakgenoten.



# Partners van de stichting

**MarketingTribune** is de **medeorganisator** van het MarketingTroonrede event en wil daarmee een bijdrage leveren aan de vernieuwing van het vakgebied marketing.

MarketingTroonrede© wordt verder actief gesteund door de volgende branche organisaties:

- **NIMA**, in het hart van marketing
- **MEC**, Dutch CMO association
- **VEA**, vereniging van communicatie adviesbureaus
- **TBX |Trendbox**, strategisch marktonderzoek
- **STEM**. Industrial Marketing Centre
- **PIM**, Platform Innovatie in Marketing

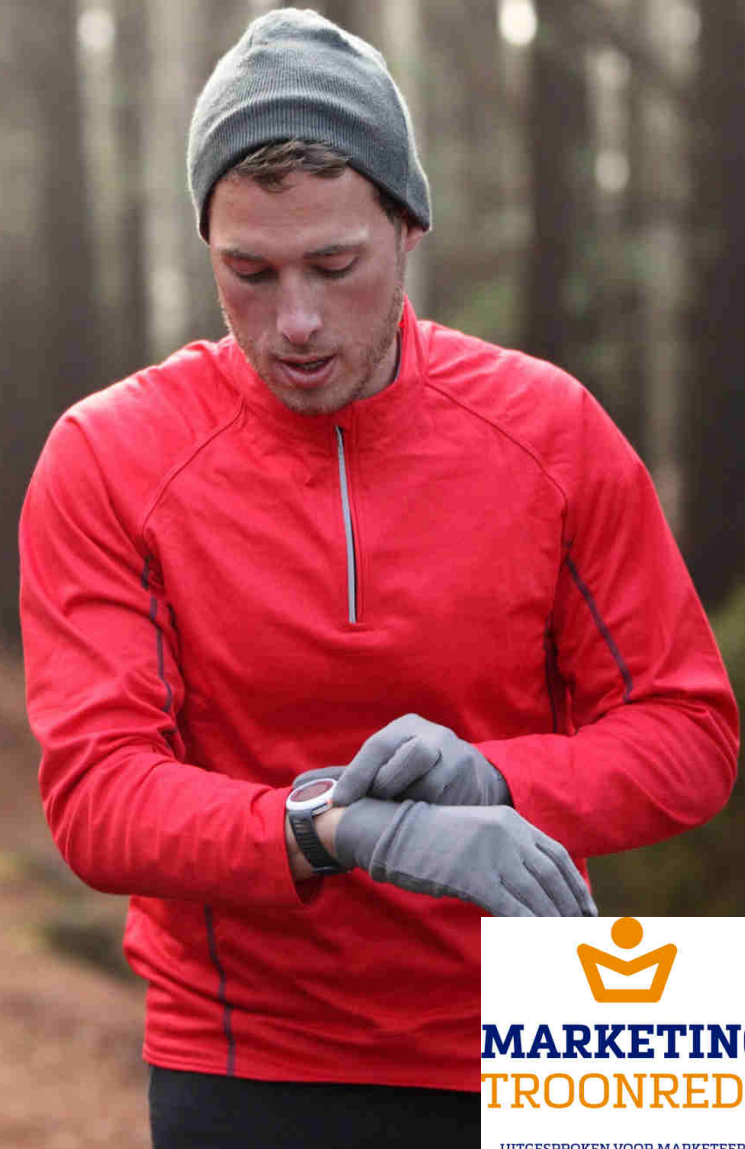


# Uitkomsten onderzoek

1. **14 interviews**, ondervraagd werden CEO'S en topmanagement van uiteenlopende bedrijven als **Aegon, Unilever, AGU holding, Dokkumer Vlaggencentrale, T-MOBILE, Maxeda, Simon Levelt, Smurfit Kappa e.a.**
2. **Online enquête** onder ca 1.000 **marketing professionals** in de diverse sectoren.

Onderzoek is uitgevoerd door TBX | Trendbox te Amsterdam.

Opzet van de  
onderzoeken:

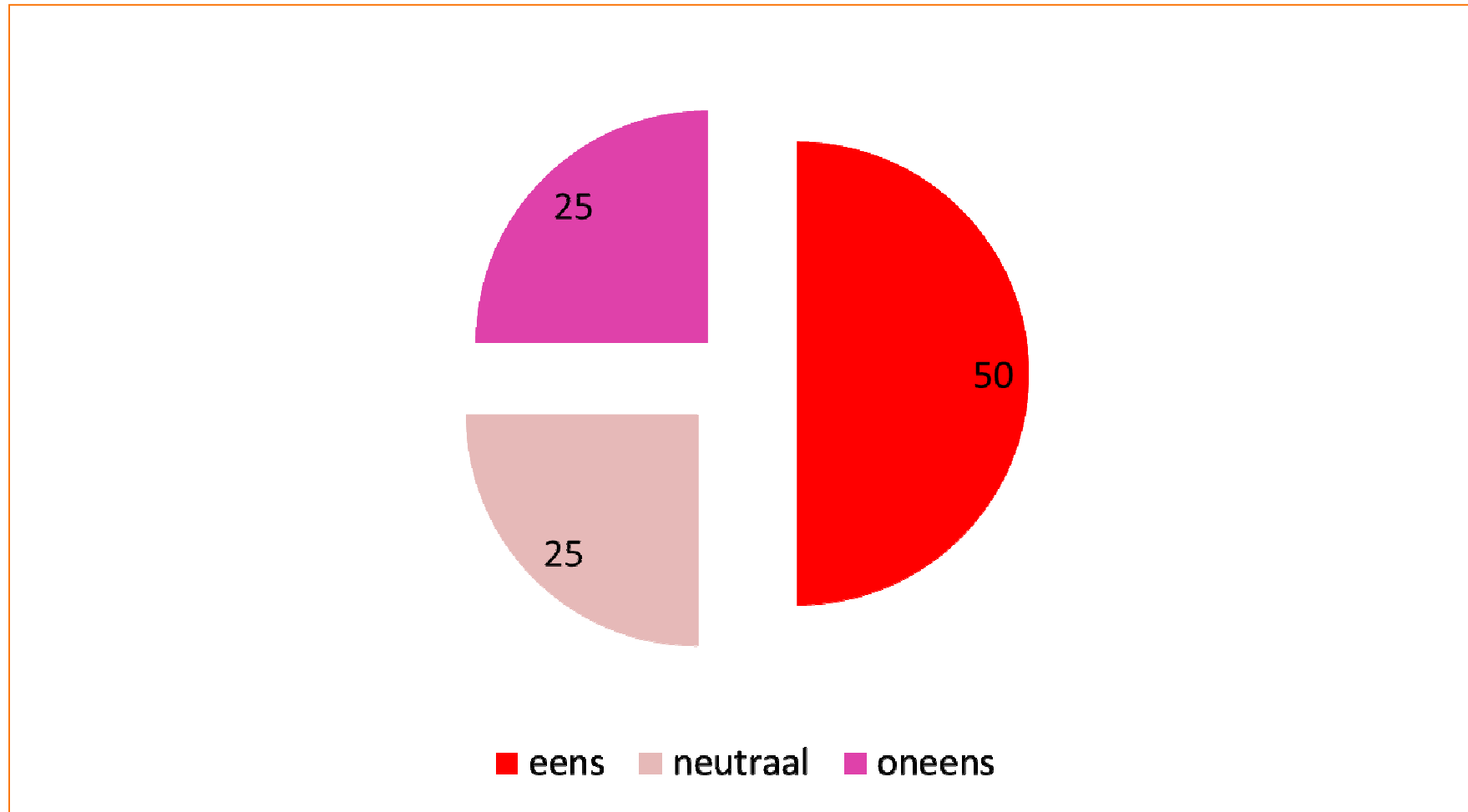


# Inhoud van deze presentatie over de basis van de MarketingTroonrede

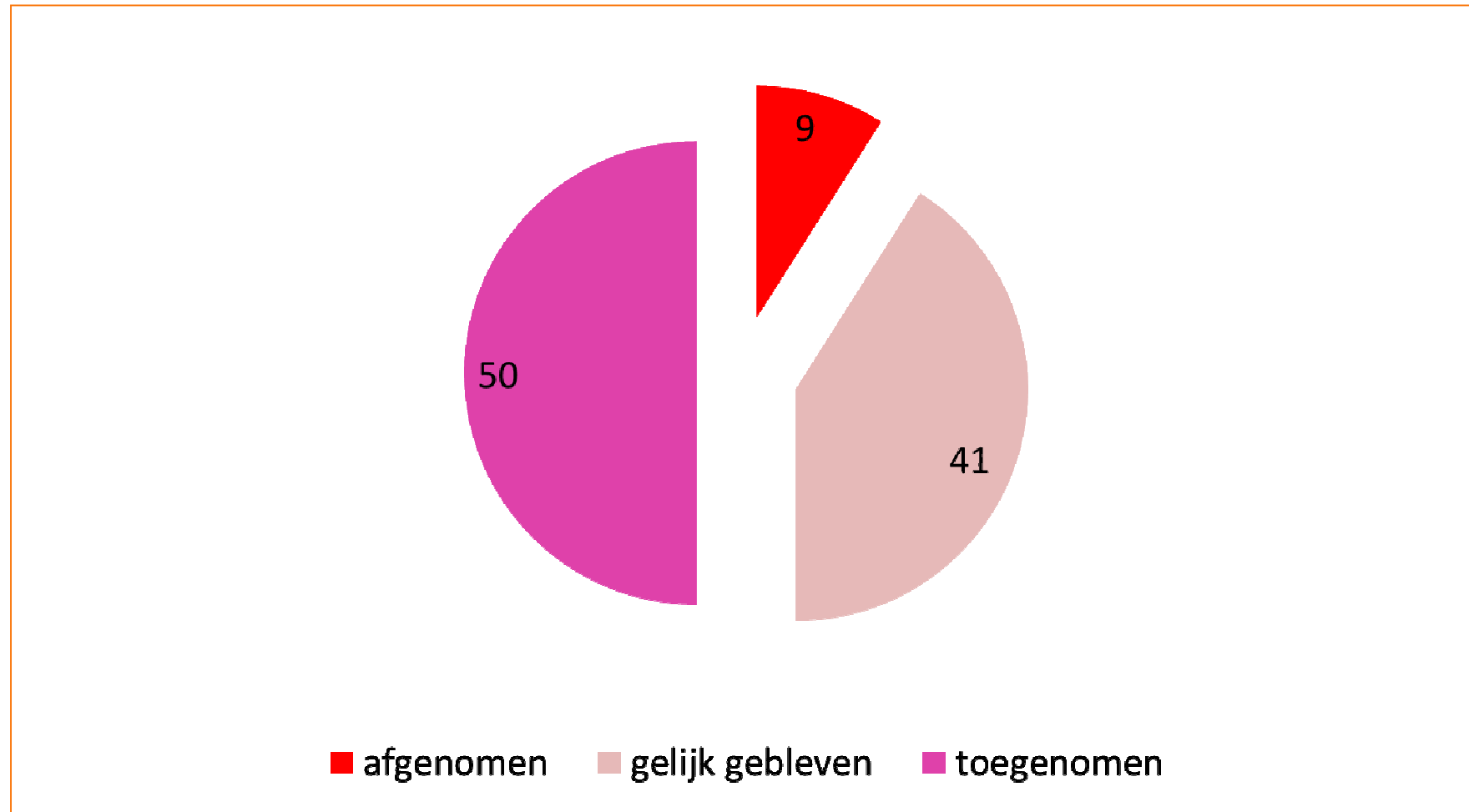
- 1 Over positie en status van het vak Marketing
- 2 De omdraai factor
- 3 De klant centraal, maar dan ook echt
- 4 Big Data en Fact Based werken
- 5 Niet meer van Binnen naar Buiten, maar van Buiten naar Binnen.



# Marketing wordt steeds meer de vertegenwoordiging van de klant naar vrijwel alle bedrijfsprocessen

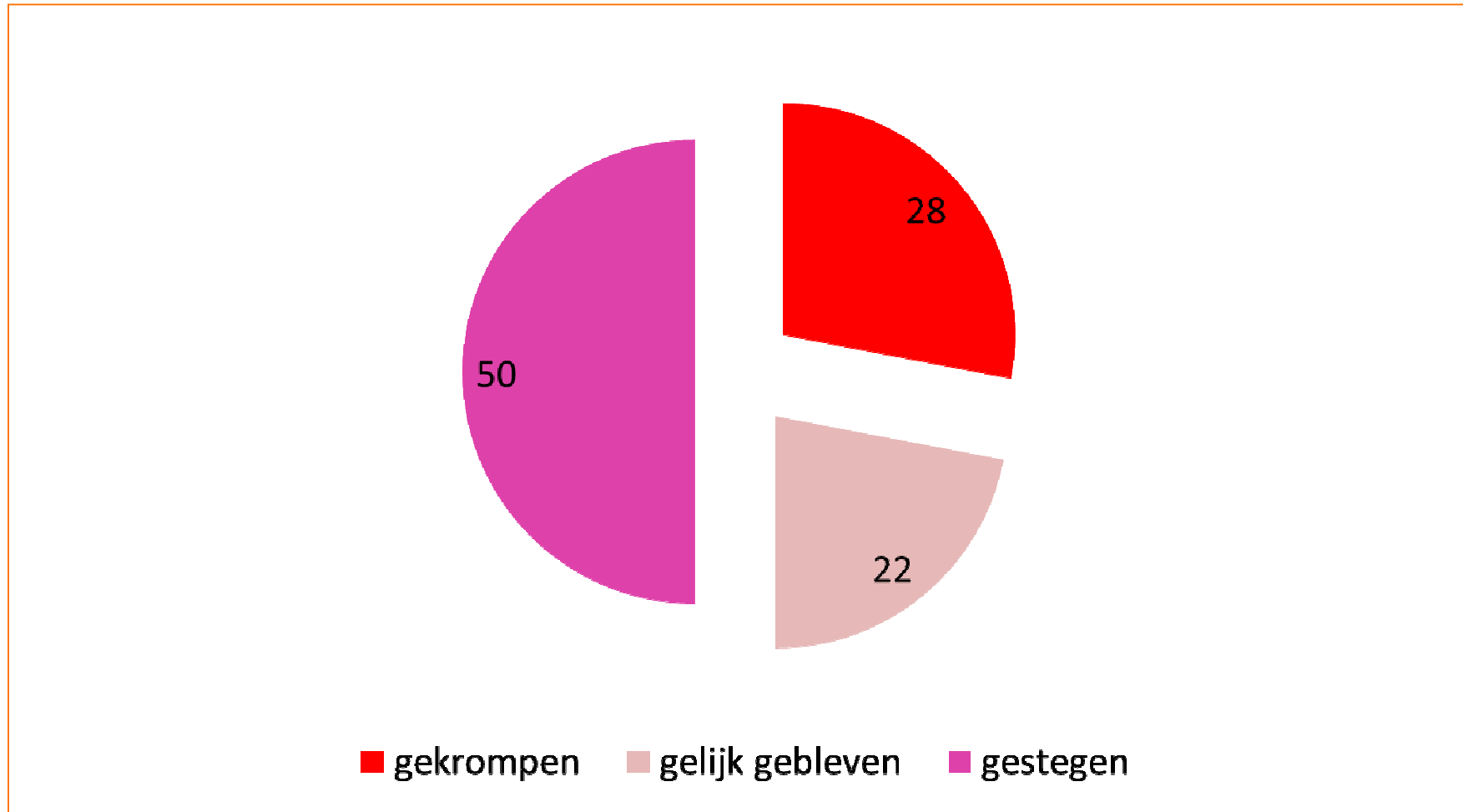


# Ontwikkeling belang van marketing

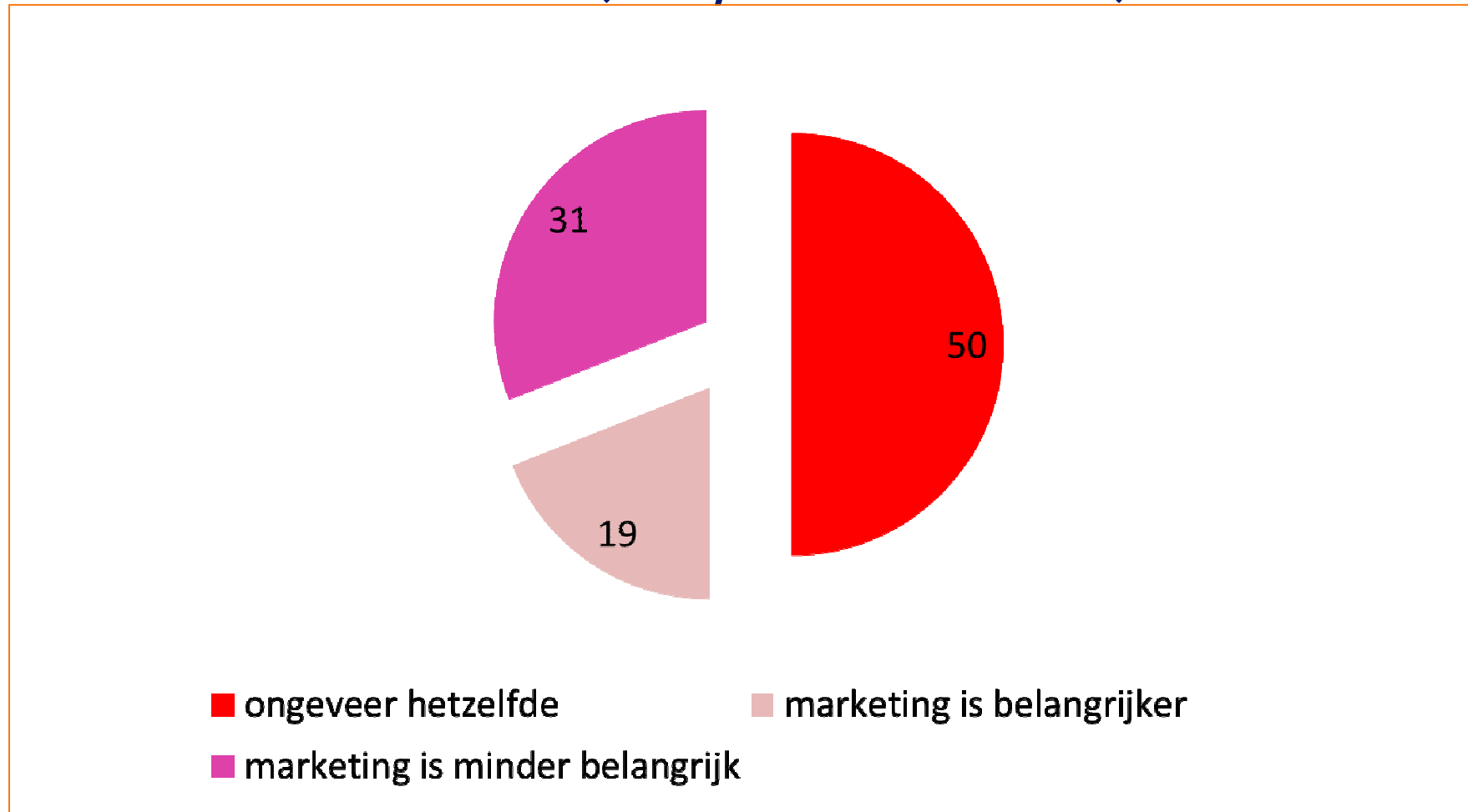




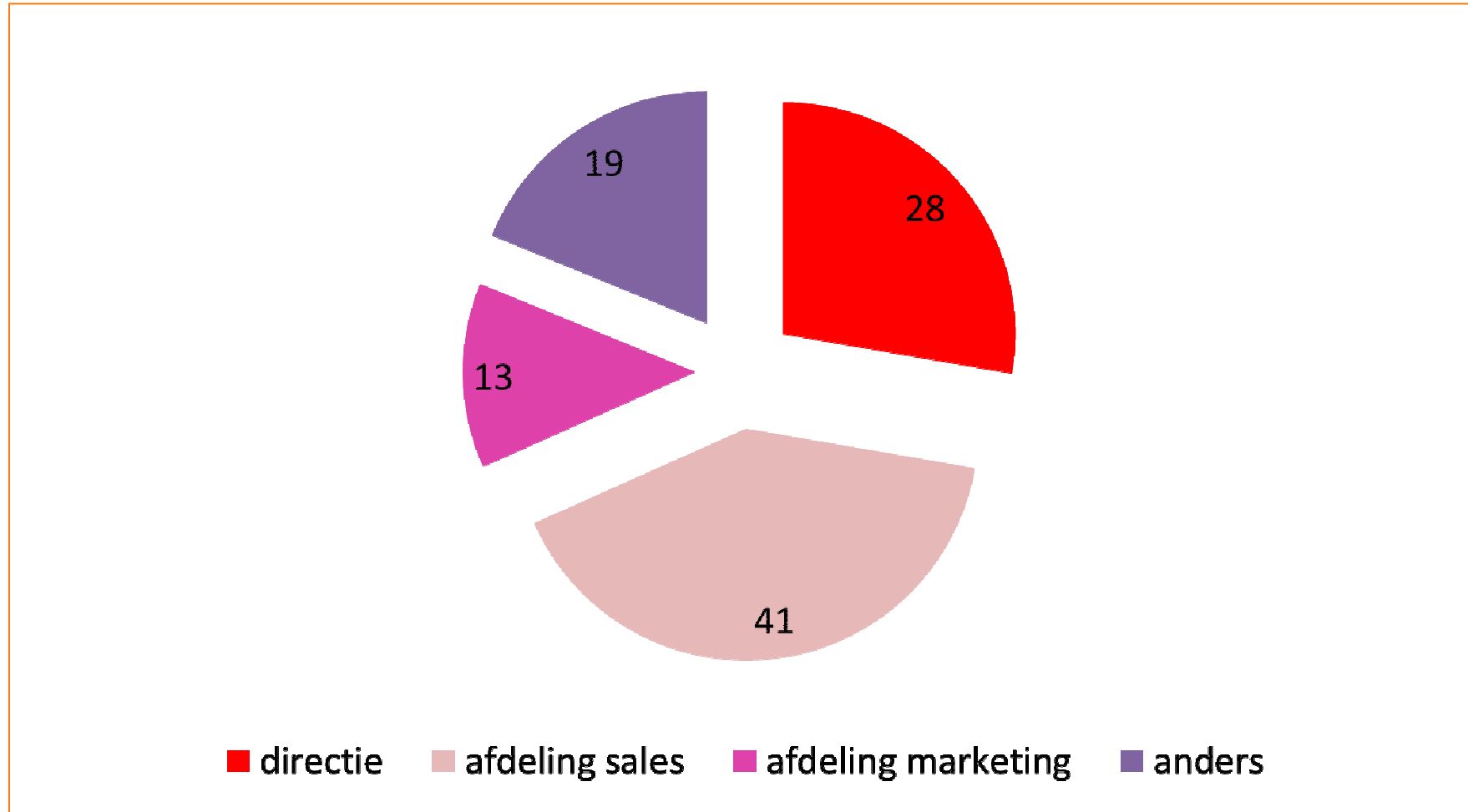
# Ontwikkeling marketing budget



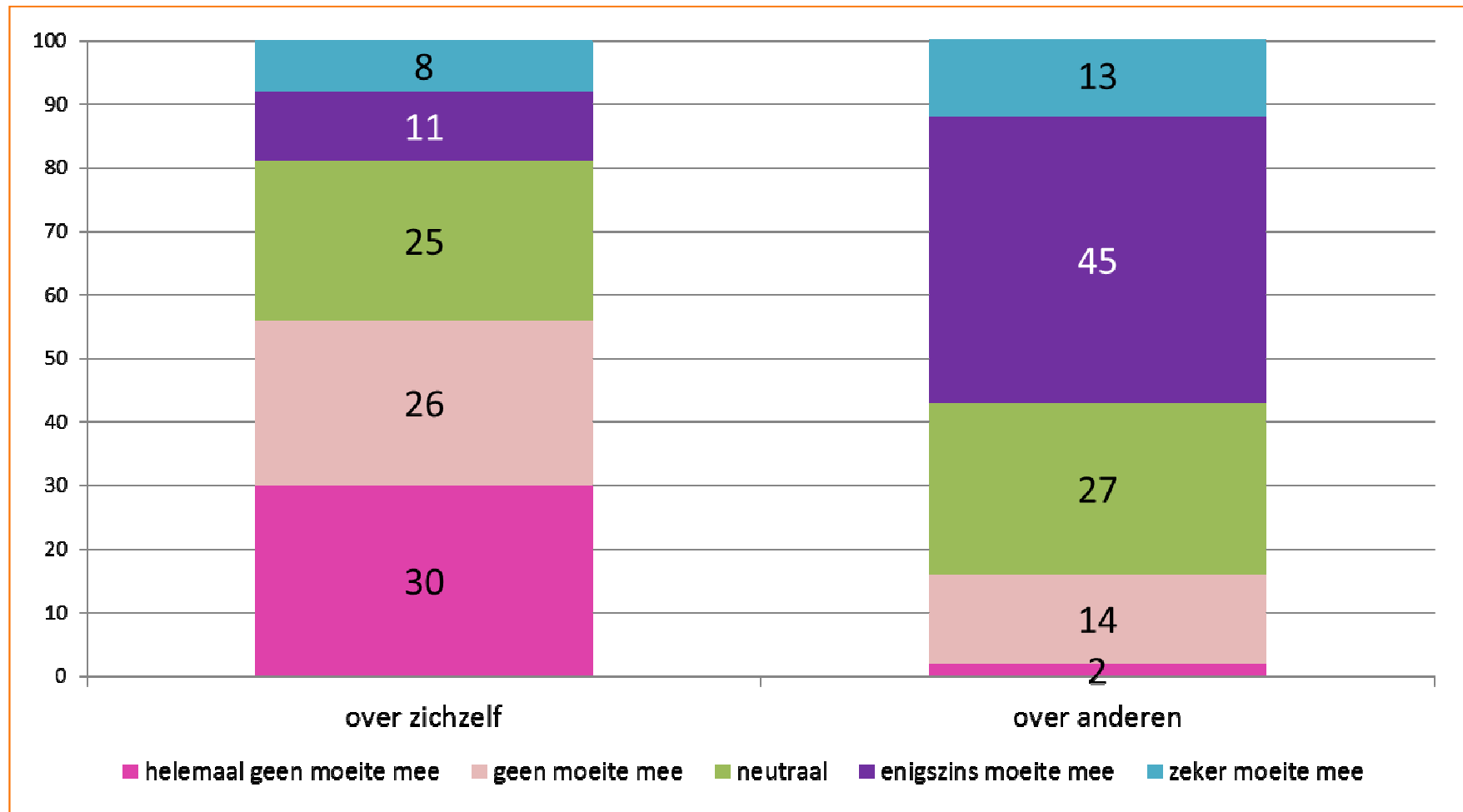
# Positie functie marketing t.o.v andere functie (HR, finance etc)



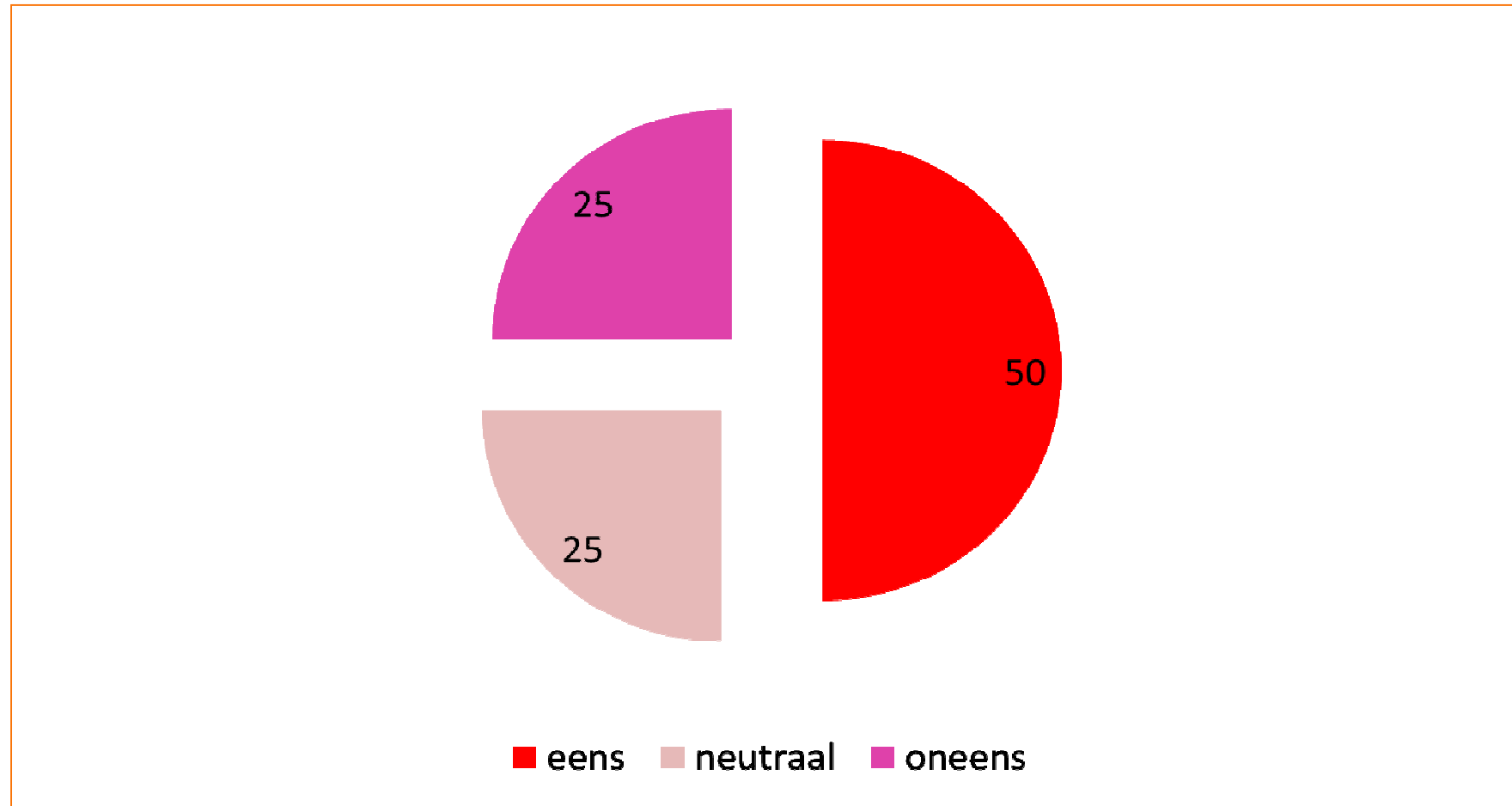
# Ownership klant



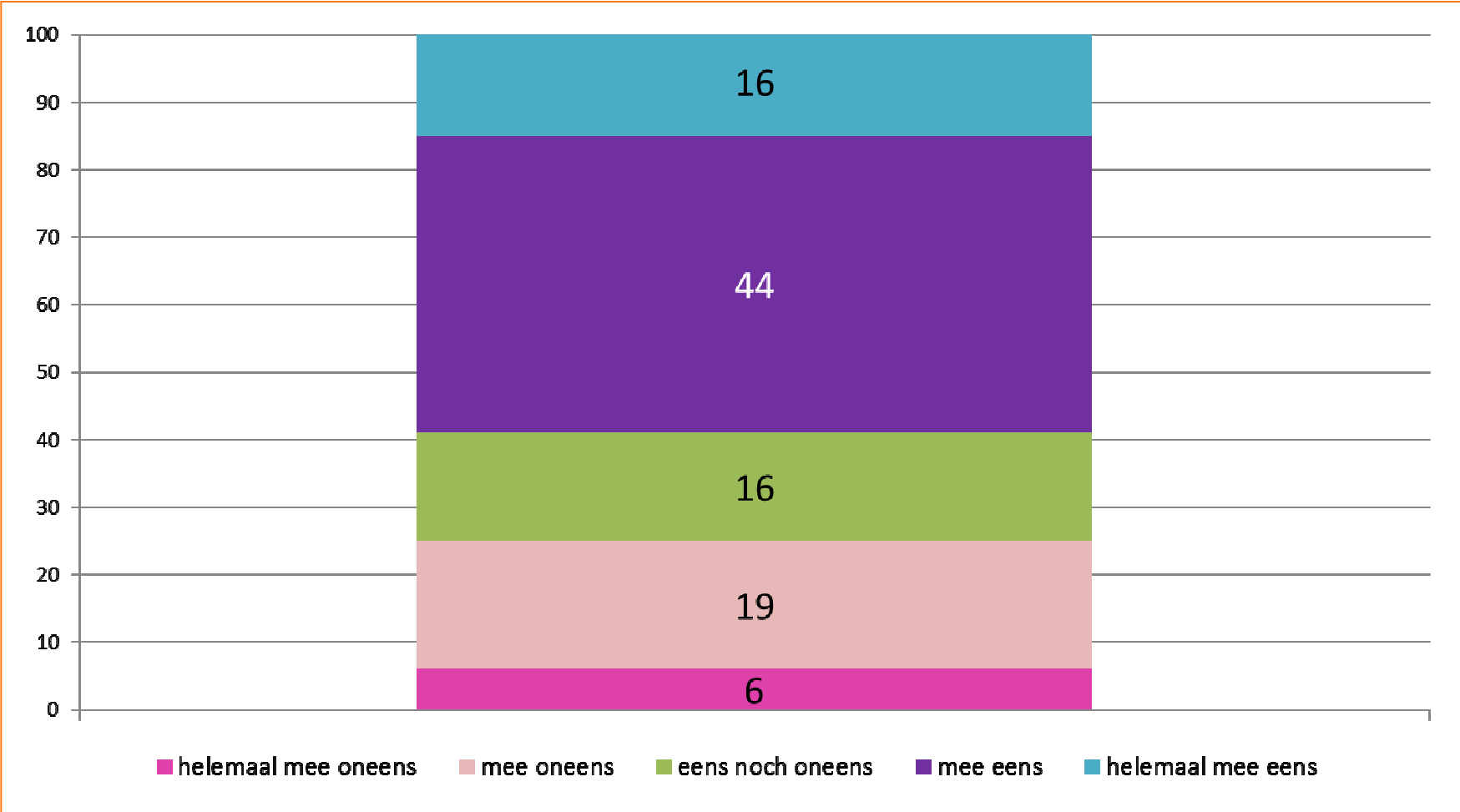
# Het eigen standpunt duidelijk kunnen maken in het bedrijf:



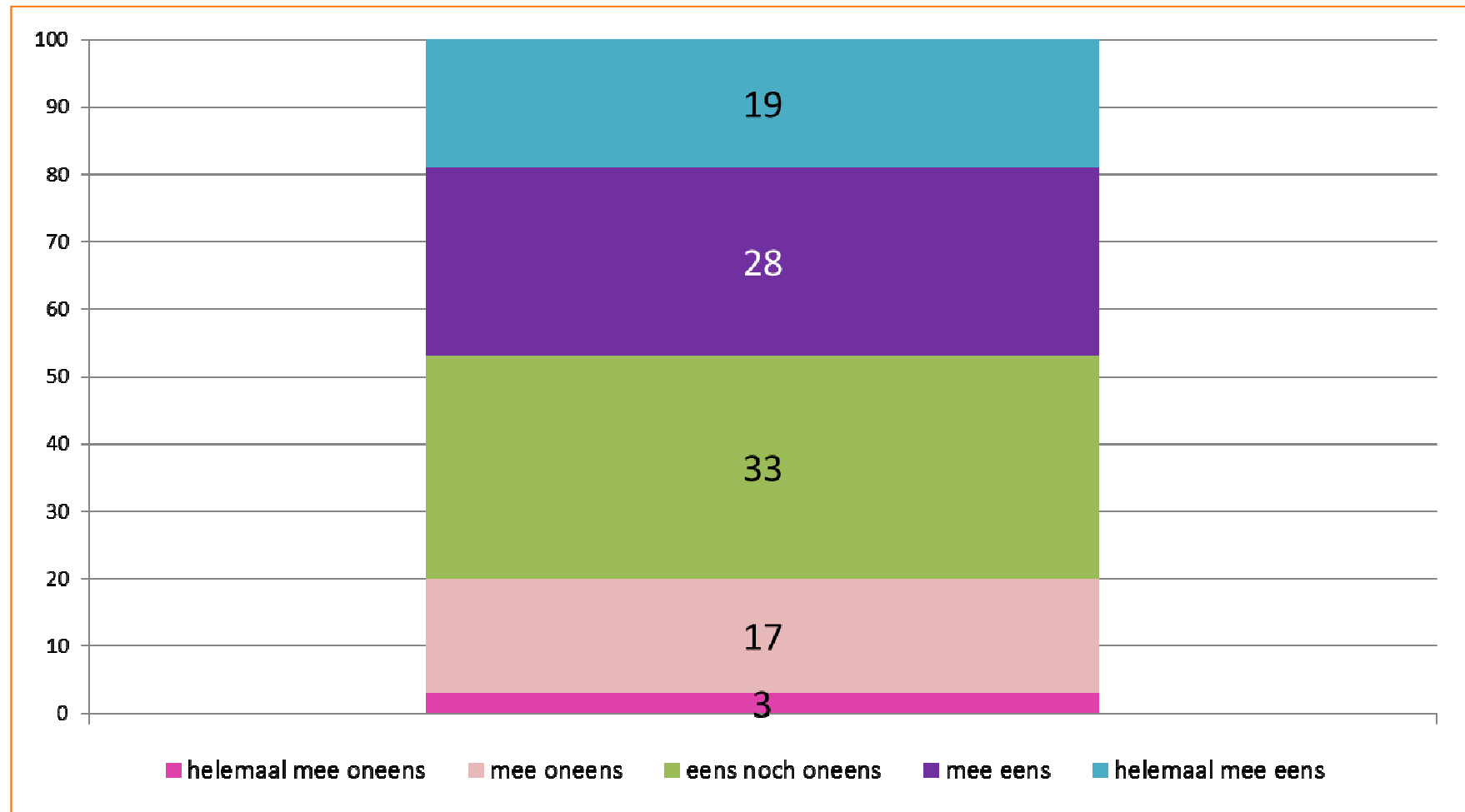
# Marketing wordt steeds meer de vertegenwoordiging van de klant naar vrijwel alle bedrijfsprocessen



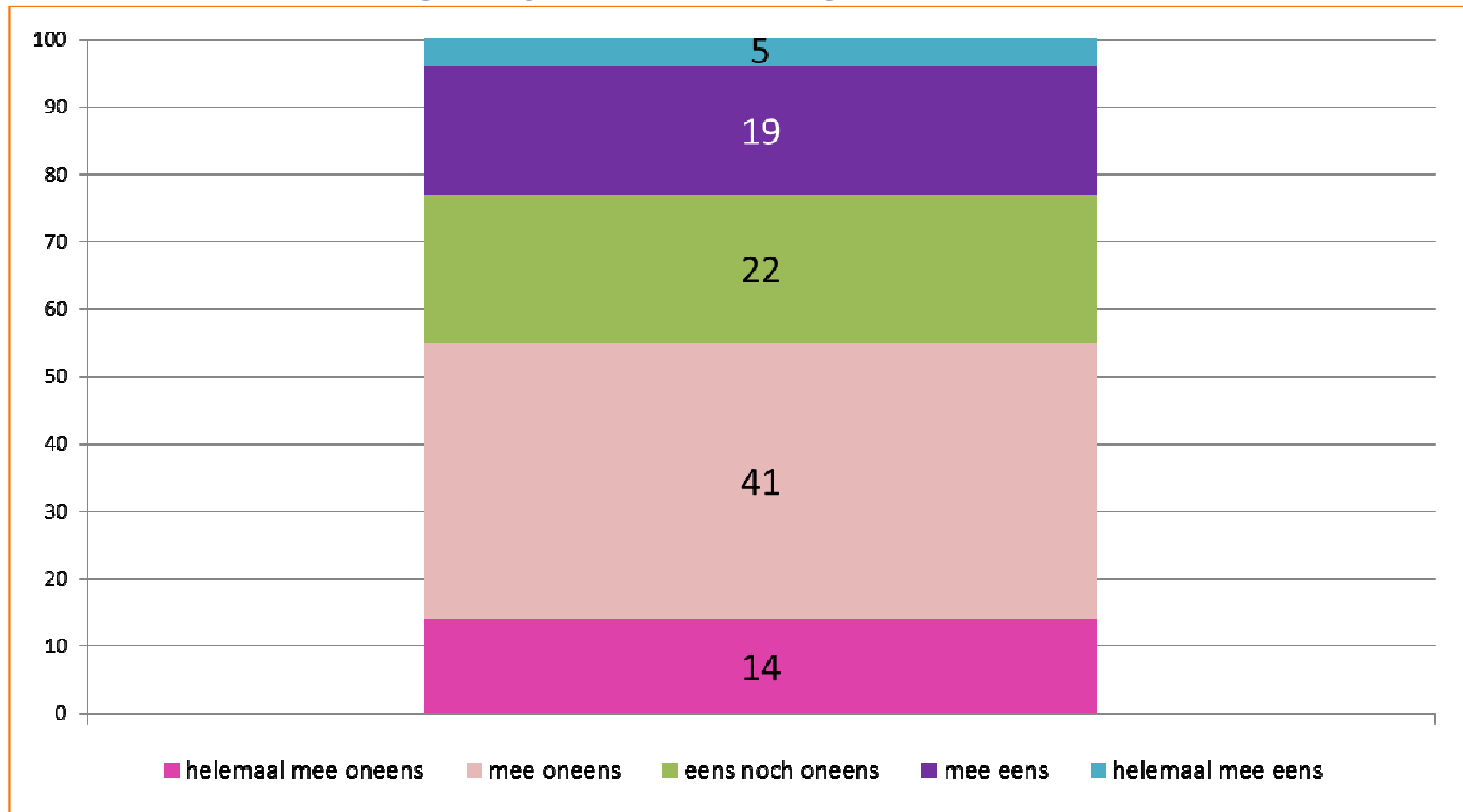
# Marketeers zijn nog te weinig ondernemer



# Marketeers zouden langer op een en dezelfde plek moeten zitten

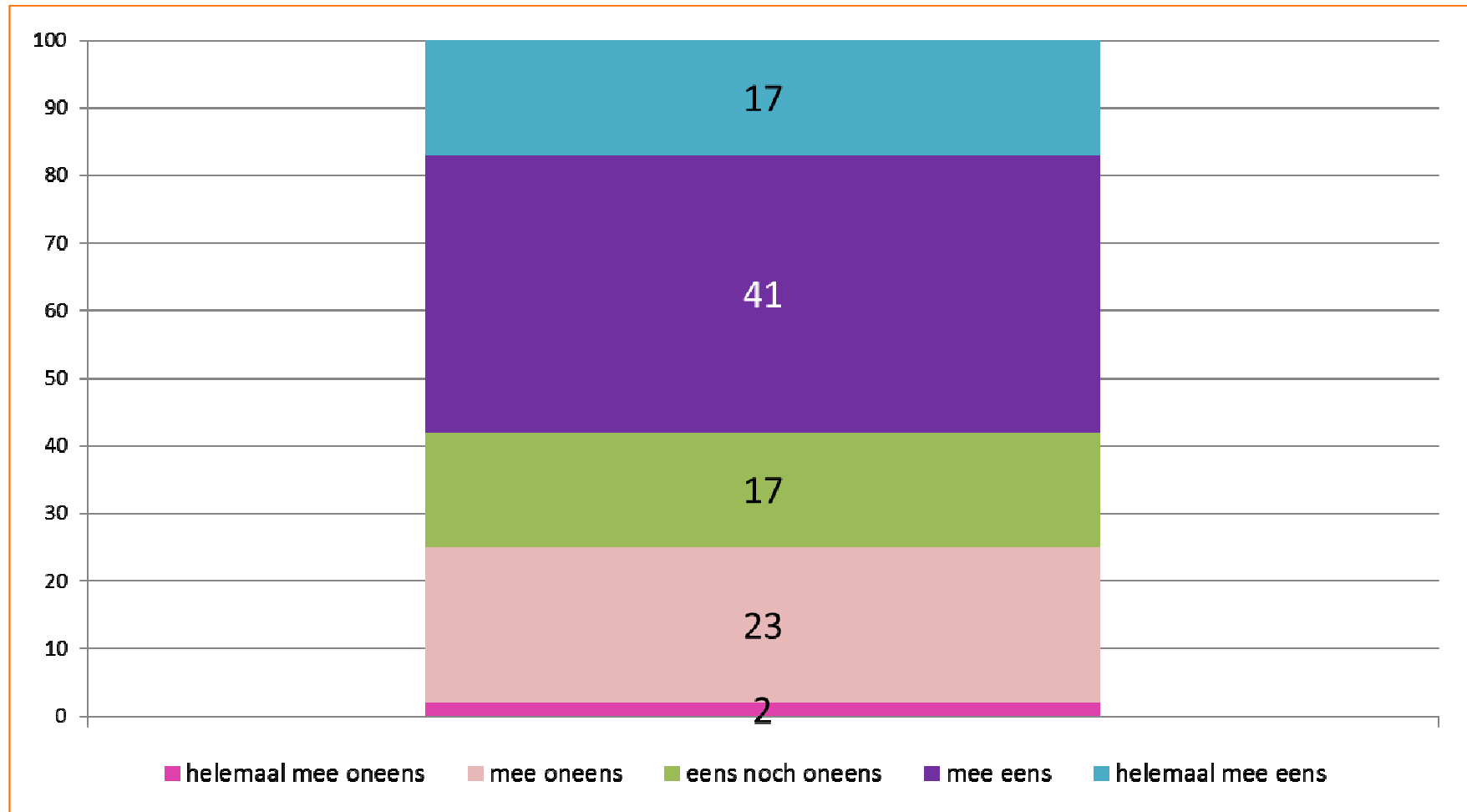


# Het werken met big data is bij ons al dagelijks werk geworden

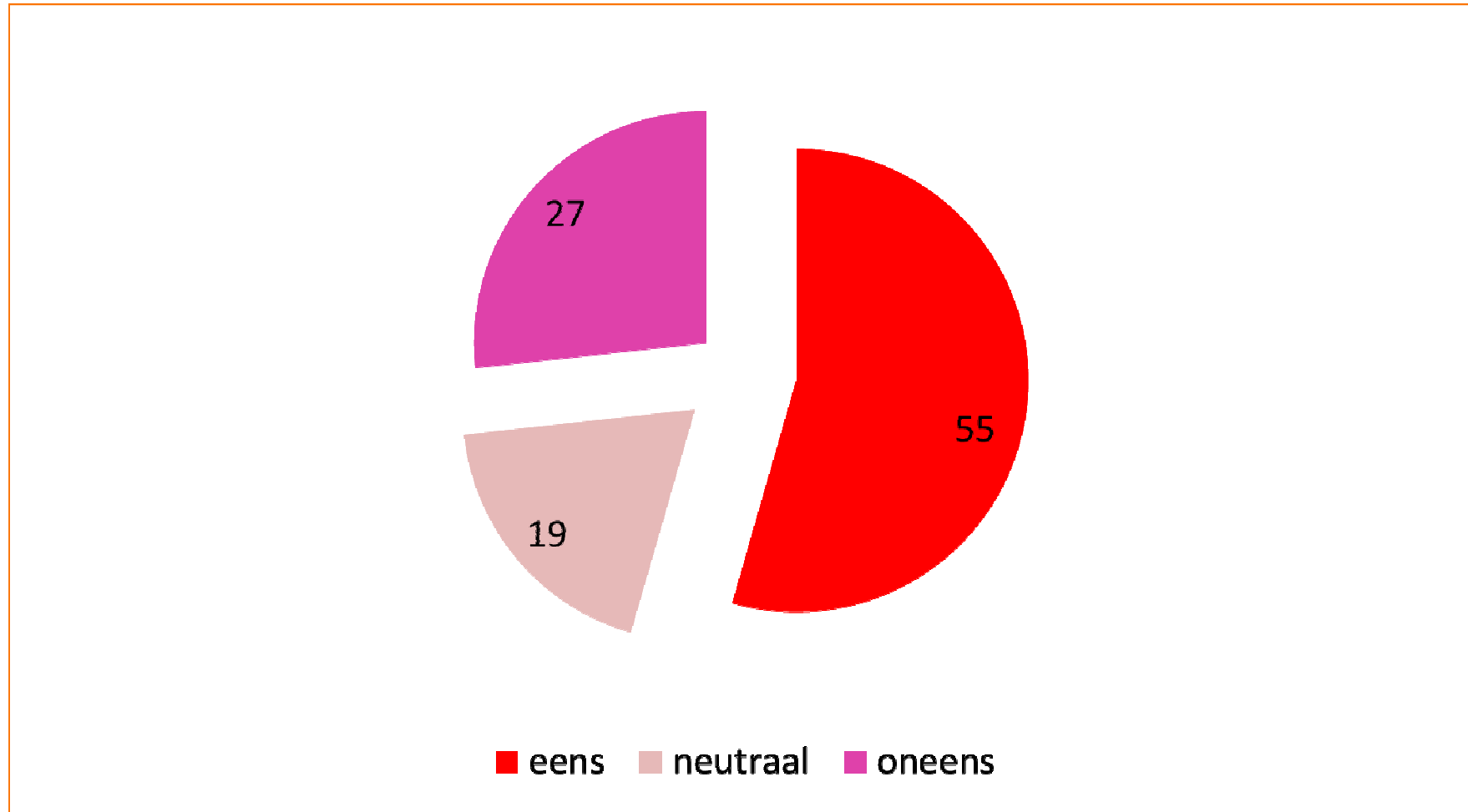




# Binnen ons bedrijf ontbreekt het nog wel eens aan echte consumer insights



# Steeds meer factbased



**Dank voor uw aandacht**



[info@trendbox.nl](mailto:info@trendbox.nl)

Twitter: [@trendboxnl](#)

Arba Boulevard 83-85

1101 DM Amsterdam Z.O.

+31 (0) 20 6634414

