

DVN  
T.a.v. Mevrouw Katrien Huygens  
Kasteellaan 160  
9000 GENT

Zellik, oktober 2004

## Burn the Brand?! Kiest ú voor het merkencelibaat?

Beste marketeer of manager,

U hebt beslist weinig doodzonden op uw kerfstok. Maar 3 & 4 december 2004 niét in uw agenda noteren zou er zo eentje zijn ... Want dan neemt het Stichting Marketing Congres onze huidige en heersende merkenmaatschappij onder de loep, samen met een schare topkwaliteit-sprekers uit binnen- en buitenland. Burn the brand?! Maakt een merk nog een verschil en, als gevolg daarvan, moet het dan nog sterker in de geest van consumenten en werknemers worden "gebrandmerkt"? Of zijn de glorie-dagen van merkdifferentiatie voorbij, en moeten we ze daarom maar "verbranden" en ons focussen op nieuwe manieren van differentiëren?

We vragen onze sprekers welke visie volgens hen de "juiste" is, we vragen naar hun theoretische kennis hieromtrent en naar de praktijkvoorbeelden waar u iets aan hebt. Het Congres is geen heilig boontje: u krijgt voorbeelden van winnaars én verliezers waar u iets van kunt opsteken. U hoeft niet langer celibatair te blijven binnen uw eigen sector. Dit Congres is er voor marketeers, algemeen directeurs en kaderleden uit eender welke bedrijfstak die zich voor marketing interesseren.

Wilt u alle troeven van het Congres op papier zien? Dan vindt u hieronder uw voordeellijstje:

**Troef 1** 3 keynote sprekers die het Congres tot een ongekend hoog niveau tillen! Het Congres opent dit jaar met een strategiegoeroe om U tegen te zeggen. Niemand minder dan professor Gary Hamel komt ons uit de doeken doen hoe veerkracht uw bedrijf kan redden én succesvol maken in tijden van supersnelle veranderingen. Deze strateeganalist leidt de revolutie en vraagt ons allen anders, innovatief en opnieuw als een kind te denken! Bijzonder trots zijn we daarnaast op 2<sup>de</sup> spreker Kevin Roberts. De CEO van Saatchi&Saatchi worldwide bracht deze zomer het fantastische boek "The future beyond brands. Lovemarks." uit. Geliefde merken stralen mysterie, sensualiteit en intimiteit uit. U weet bij deze waaraan te beginnen. En, last but not least, 3<sup>de</sup> topspreker in rij is Jean-Noël Kapferer. Deze Franse merkenexpert laat een crisis niet aan z'n hart komen en vindt merken opnieuw uit.

**Troef 2** Inspiratie troef voor marketeers, managers en algemeen directeurs Omdat het Congres er telkens in slaagt marketing- en managementfenomenen zonder oogkleppen te benaderen, is ook deze editie een echte must voor elke zichzelf respecterende manager. Naast marketeers treft u op het Congres algemeen directeurs, sales- en H.R.-managers ... aan. Uit welk vakgebied of bedrijf u ook komt, het Congres moedigt u aan elk besproken onderwerp naar uw sector te extrapoleren. .../...



.../...

**Troef 3** Een evenwichtig programma met boeiende sprekers  
Bij Stichting Marketing hebben we een broertje dood aan hokjesmentaliteit. Daarom snijden we ook dit jaar de meest uiteenlopende onderwerpen aan, uit de meest verschillende sectoren: telecommunicatie, media, marketing, sport, retail, entertainment, noem maar op. Daarbij vragen we onze sprekers geen blad voor de mond te nemen, en u met eigenwijze en uitdagende visies en ervaringen te overladen.

**Troef 4** Een topaffiche tegen een superdemocratische prijs  
Voor slechts 490 euro (leden Stichting Marketing) of 590 euro (niet-leden) krijgt u een schare absolute topsprekers uit binnen- en buitenland aangeboden. Dat betekent concreet 15 sprekers voor de prijs van 1! Die lage prijs is te danken aan het enthousiaste vrijwilligerswerk van de Congrescommissie, en aan de inspanningen van onze sponsors. Al onze inkomsten investeren we om de hoogstaande kwaliteit van het Congres te kunnen blijven waarborgen.

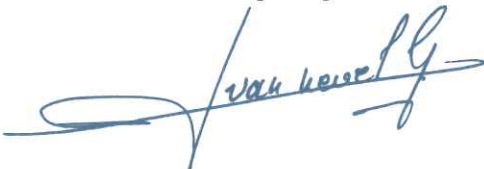
**Troef 5** Boeiende en interessante contacten met topmensen!  
Op het Congres treft u het kruim van de Belgische marketing- en management-wereld. De ideale gelegenheid dus om ideeën uit te wisselen en contacten te leggen. Beste bewijs daarvan: het toenemende succes van het Congres. Om ook dit jaar iedereen een vlot verloop en optimale service te kunnen bieden, is het aantal inschrijvingen tot 1.100 beperkt. Wees er dus snel bij.

**Troef 6** Schitterende Congres extra's!  
Een topprogramma in een ontspannen sfeer, gecombineerd met tal van verrassingen: dat is de succesformule van het Congres. Ook dit jaar wordt u weer overladen met geschenken:

- De Gift Bag: een luxueuze reistas van Aramis Life boordevol producten en lekkernijen. Leuk voor uzelf en uw huisgenoten. Waarde: ruim 150 euro.
- Nieuw! De diepvries Gift Bag: een diepvriestas vol gratis product samples.
- Interview met en huldiging van de "Marketeer van het Jaar".
- Verkiezing "Product van het Jaar" in samenwerking met De Standaard.
- Ontmoetingen met Master Marketeers.
- Randanimatie, tafelv verrassingen en wedstrijden ...

Kortom: het Congres speelt al z'n troeven uit. Deze hoogmis van de marketing mag u dus niet missen. Schrijf u vandaag nog in, en vraag collega's om u te vervoegen. Wij garanderen u een buitengewoon waardevolle tweedaagse.

Met vriendelijke groeten,



Georges Van Nevel  
Voorzitter Congrescommissie



Op het Congres steekt u steevast iets nieuws op: een ervaring rijker, een inzicht meer, een visie die de uwe aanvult of confronteert. Mocht dit niet het geval zijn - hebt u zich volgens u op geen enkel gebied herbrond - dan mag u eens met ons komen praten.



Het Congres is door de Vlaamse Gemeenschap erkend onder het nummer 200200805. Met de opleidingscheques kunt u zo extra voordelig naar het Congres: u betaalt slechts de helft van de al lage deelnameprijs. Meer info op:  
[www.vlaanderen.be/opleidingscheques!](http://www.vlaanderen.be/opleidingscheques!)

