

Stuur vóór 15 september 1990
uw inschrijvingskaart terug.
En u dingt gratis mee
naar 3 gastronomische weekends te Knokke.

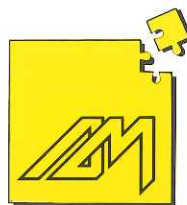
Stichting Marketing
T.a.v. het sekretariaat
Oorlogskruisenlaan 343 bus 2
1120 Brussel

Plak hier
een postzegel
aub.

Snelle beslissers dingen mee naar 3 weekends met rijkgedekte tafels.

Schrijf u in voor het Negende Kongres
„Marketing in the nineties” vóór 15 september 1990.
Zo neemt u automatisch deel aan onze wedstrijd. Natuurlijk vindt u deelnemen
belangrijker dan winnen. Maar toch!
Wat dacht u van een verrukkelijk gastronomisch weekendje met z'n tweetjes.
Er eens lekker relaxed tussenuit: een tongstrelend intermezzo dat u opnieuw op
krachten brengt. U dingt mee naar 3 weekends. Meteen even deze
inschrijvingsstrook op de bus doen dus!

Stuur uw inschrijvingskaart terug
vóór 15 september 1990.



STICHTING MARKETING

Inschrijvingen en sekretariaat: Stichting Marketing VZW
Oorlogskruisenlaan 343/2 - 1120 Brussel
Tel.: 02/268.34.34 - 268.62.55 - Fax: 02/268.60.55

VIEWPOINT

Trends

RANK XEROX

KRANTEN
GROEP DE
STANDAARD

VERBELEN
PRINTING
PARTNERS

GfK
BELGIUM

Deze folder werd gerealiseerd met de medewerking van Fotogravure Color Studio, Raas van
Gaverestraat 83, 9000 Gent, tel. 091/23.60.91 en gedrukt op PB Papier Mediaprint zijdenmat 150 gr.

Marketing in the nineties



STICHTING MARKETING

Negende Kongres van de Stichting Marketing
30 november en 1 december 1990
Paleis voor Kongressen - Coudenberg 3 - 1000 Brussel.

Ver. Uitg.: Georges Van Nevel, Kasteellaan 160 - 9000 Gent. D.V.N.-De Visscher & Van Nevel

Welke kansen houden de jaren 90 in petto voor de wakkere marketeer?

Het einde van een millennium is altijd een periode van brede maatschappelijke veranderingen. De wakkere marketeer die tijdig anticipeert op deze veranderingen, veroverd voor zijn bedrijf gouden kansen. Het Negende Kongres zoekt voor u naar de belangrijke evoluties van de jaren 90. Als opener krijgt u de blikverruimende visie van de wereldberoemde John Naisbitt. Zijn economische en sociale prognoses worden bekomentariseerd door een panel van vooraanstaande Belgische General Managers en Marketeers.

Vervolgens brengen ronkende namen uit de nationale en internationale marketingwereld de veranderingen van de jaren 90 voor u in kaart. Veranderingen in mentaliteit: een groeiende schare consumenten die steeds milieubewuster gaan aankopen. Creatieve veranderingen: grensverleggende ideeën voor succesvolle strategieën... Politieke veranderingen: het slopen van het IJzeren Gordijn opent de poorten naar een hinterland met een enorm economisch potentieel.

En demografische veranderingen: de 50-plussers, een koopkrachtige groep in volle opmars.
Het Negende Kongres geeft u een puntgaaf geijkt marketing-kompas voor een rimpelloze route naar 2000.

De volgende sprekers hebben hun deelname al bevestigd.

■ **JOHN NAISBITT** is de auteur van de wereldwijde bestseller „Megatrends”. Daarin voorspelde hij zeer nauwkeurig de trends van de jaren 80. Nu stelt hij u zijn nieuwste boek voor: „Megatrends 2000”, een gefundeerde visie op de sociale en economisch tendensen van de jaren 90. U krijgt een boeiende en diepgaande beschrijving van de 10 trends die ons leven in dit decennium doorslaggevend zullen beïnvloeden.

■ **H. NINOMIYA** is chairman van Mitsubishi Europe en Corporate General Manager van het „Office of International Business” van deze Japanse autoconcern. Als Europees vertegenwoordiger van één van de Japanse multinationals, is Ninomiya uiteraard goed geplaatst om zijn Japanse visie te geven op het Europese marketinggebeuren van het laatste decennium vóór 2000.

■ **BEN BAKKER** is Buitengewoon Hoogleraar aan de Erasmus Universiteit en Managing Partner van het Instituut voor Commerciële Beleidsvorming. Hij presenteert u de resultaten van de Delphi-studie. Dit onderzoek peilde naar de tendensen die de marketingcommunicatie in de nineties diepgaand zullen bepalen.

■ **JOHN ELKINGTON**. Zijn boek „The Green Consumer Guide” ontstak de lont van het latente milieu-onbehagen bij de Britse consument. Een grote massa consumenten gingen plots beseffen dat ze zelf over het milieu konden beslissen... door milieuvriendelijke producten te kopen.

■ **TON FONTIJN** is manager Corporate Identity van Akzo Nederland. Deze communicatiediscipline zal in de jaren 90 sterk aan belang winnen. Voornamelijk door de milieuproblematiek. Twee jaar geleden startte Akzo 's werelds grootste Corporate Identity project.

Een boeiende case history met sterke toekomst-repercussies.

■ **LEE B. HALL** bouwde een wereldwijde ervaring op in de uitgeverwereld. Hij superviseerde ondermeer de introductie van nationale Playboy edities in 13 verschillende landen. Hall is de oprichter van IntPub, een internationaal

adviesbureau voor uitgevers. Hij geeft u achtergrondinformatie over „International Publishing in the nineties”.

■ **DENNIS F. HIGHTOWER** is de stuwende kracht achter het Walt Disney Pretpark in Parijs. Hij onderhoudt u over de succesvolle heropstanding van het Disney concern. Diverse marketing tools speelden hierbij een cruciale rol: Film Releases, Disney Channel, Character Merchandising, Megapretparken, Sales promotion en een creatief gebruik van Database Marketing.

■ **GRAEME ROBERTSON** is creative director bij het grootste Britse D.M.-bureau, Christian Brann Ltd. In een wervelende dia- en videoshow geeft hij u zijn visie op creativiteit in de jaren 90. Zijn motto: durf los te breken uit de beklemmende gietvormen van wat vroeger werkte. Verse uitdagingen vereisen immers verse ideeën.

■ **JACQUELINE SILVER** is de bezielster van „Global Scan”. Dit wereldwijde onderzoek legt de link tussen lifestyle attitudes en produktaankopen. U krijgt informatie uit de eerste hand over de module „Future Scan”: een gefundeerde prognose van hoe de consument zal leven, denken, voelen en kopen tijdens de volgende 10 jaren.

■ **ERIK VAN VOOREN** is stichter van en docent aan het Direct Marketing Know-How Institute. In zijn bekende onderhoudende vertelstijl maakt hij u vertrouwd met een genegeerde, maar zeer koopkrachtige consumentengroep: de Opal's, Older People with Active Lifestyles. Aan de hand van cases krijgt u inzicht in efficiënte communicatie met deze doelgroep.

De bovengenoemde namen vormen de smaakmakers van een nóg rijker gevuld menu. De Stichting Marketing is momenteel nog in drukke onderhandeling met verscheidene andere marketinggrootheden. Uiteraard houden wij u op de hoogte.

Geef nu al blijk van een scherpe toekomstvisie! Schrijf in vóór 15 september 1990 en win één van de gastronomische weekends te Knokke!

Inschrijvingskaart

Inschrijvingskaart Negende Kongres van de Stichting Marketing.

„Marketing in the nineties”

Vrijdag 30 november en zaterdag 1 december 1990

Paleis voor Kongressen - Coudenberg 3 - 1000 Brussel.

☐ JA, ik schrijf nu in voor het Kongres „Marketing in the nineties” op vrijdag 30 november en zaterdag 1 december 1990.

Als ik inschrijf vóór 15 september 1990, ding ik automatisch mee naar één van de drie gastronomische weekends.

Simultaanvertaling in het Nederlands en in het Frans is voorzien.

Leden S.M. Niet-leden

☐ 1ste inschrijving	13.500,-	17.500,-
☐ 2de en volgende inschrijving	12.000,-	16.000,-

Aankruisen wat past. De prijzen zijn per persoon **inclusief** BTW en lunches. Het ledentarief is slechts van toepassing indien u het lidgeld van het laatste jaar betaald hebt. Wanneer 5 leden S.M. van één zelfde bedrijf zich inschrijven, dan kunnen ook de andere medewerkers deelnemen aan het ledentarief.

Eerste inschrijving:

Naam: Mevr./Dhr.:

Functie:

Firma:

Straat: Nr.:

Postnummer: Gemeente:

Telefoon: BTW-nr.:

Tweede inschrijving:

Naam: Mevr./Dhr.:

Functie:

Derde inschrijving:

Naam: Mevr./Dhr.:

Functie:

Ik betaal na ontvangst van uw faktuur. Het volledige programma ontvang ik binnenkort. **Annuleren moet uitsluitend schriftelijk en uiterlijk vóór 20 november 1990 gebeuren.** 30% van het inschrijvingsgeld blijft voor de organisatoren behouden.

Datum: Handtekening:

Stuur uw inschrijving onder omslag terug naar:
Stichting Marketing t.a.v. het secretariaat -
Oorlogskruisenlaan 343/2 - 1120 Brussel -
Tel.: 02/268.34.34 - 268.62.55

Uiteraard gaat faxen nog sneller: 02/268.60.55.



STICHTING MARKETING