



**Op 6 en 7 december
vindt u een reuze
geschenk in uw
marketing-schoen.**

Tiende Kongres van Stichting Marketing:

Op 6 en 7 december 1991 vindt onder het thema "The Best of Marketing" het Tiende Kongres van Stichting Marketing plaats.

Wie het vroeger reeds bijwoonde wil, het voor geen geld ter wereld missen. De vorige Kongressen waren immers stuk voor stuk voltreffers, met het brandpunt op de toekomst. Jaar na jaar kreeg u een geprivilegieerde blik in de glazen bol van de eminentste marketingprotagonisten uit binnen- en buitenland.

Enkele van de conférences van de vorige Kongressen zijn nu reeds legendarisch. Daarom bundelden wij een selectie van de beste referaten van de vorige edities samen in het Kongresboek van dit jaar. Dit wordt voor de gelegenheid dus een zeer bijzondere uitgave. Een boek dat u lang zal bijhouden en waar u vaak zal naar teruggrijpen.

Het Jubileum-Kongres wordt gegarandeerd opnieuw een schot in de roos. Daar staat het ijzersterke programma borg voor. De sprekers zijn traditiegetrouw prominente figuren uit alle sectoren van marketing en kommunikatie. Elk van hen snijdt een brandend aktueel thema aan.



STICHTING MARKETING

TIENDE KONGRES STICHTING MARKETING

THE BEST *of* MARKETING

6 en 7 december 1991

Paleis voor Kongressen
Coudenberg 3 - 1000 Brussel



STICHTING MARKETING

Inschrijvingen en sekretariaat: Stichting Marketing - Research Park Zellik - De Haak - 1731 Zellik
Tel.: 02/467.59.59 - Fax: 02/467.59.56.

Keynote Presentations

C.W.L. HART

C.W.L. Hart doceerde jarenlang aan de wereld-vermaarde Harvard School of Business. Hij staat nu aan het hoofd van The TQM Group, een consulting bedrijf dat gespecialiseerd is in totaal kwaliteitsmanagement. Hij is de auteur van talloze publicaties over kwaliteit en service en verwierf door de jaren heen de status van "éminence grise".

DE MONDIGE KONSUMENT

De konsument wordt met de dag mondiger. Hij slikt niet langer wat men hem voorschotelt. Hij vergelijkt producten en diensten... en vaak merkt hij dat er slechts onbetekende verschillen zijn. De konsument van vandaag wordt dan ook steeds kritischer.

Het ultieme marketing-wapen: service

Hart speelt hierop in en spreekt een gloednieuw wapen aan: klantgerichte service. Als onderscheidende faktor wint service met de dag aan belang.

Hart vertelt u hoe u met een efficiënte service niet enkel tevreden klanten oogst maar meteen ook de weg opent naar duurzame winst. Elk van uw medewerkers weet immers exact welke kwaliteitsstandaard gerespecteerd moet worden.

Met een goed uitgespeelde service bereikt u dat het publiek uw produkt of dienst associeert met uitmuntende kwaliteit.

Uw service is echter dan pas uitstekend als het publiek uw service ook als dusdanig ervaart. Het is dan ook van groot belang om een service aan te bieden die beantwoordt aan de werkelijke noden van de konsument... of deze overtreft.

Aan de hand van concrete voorbeelden bewijst Hart hoe u van uw ontevreden klanten trouwe kopers of gebruikers kunt maken.

R. VERCRUYSSSE

Rudy Vercruyssse is Directeur-Generaal, GIB Mass Retail & Member of the Board of Super & Maxi GB.

Rudy Vercruyssse schetst voor u zijn visie op de toekomst van de distributie en de distributieketens. Meer dan ooit zal de nadruk gelegd moeten worden op het comfort van de klant. De rol van E.F.T.-scanning zal hierbij centraal komen te staan. Bij het bepalen van assortiment, prijzenpolitiek en promotiepolitiek zal een klantgerichte

benadering technokratische beslissingsmodellen volledig buitenspel zetten.

In zijn toekomstschets snijdt Vercruyssse vanzelfsprekend ook de Eenheidsmarkt van 1993 aan. Hij vertelt u waarom het schrikbeeld van een algemene concentratie van distributieketens ongegrond is.

Tot slot heeft Vercruyssse het over een tendens die wel reden tot zorgen baart: de loonlasten stijgen in de distributie onrustwekkend sneller dan de omzet. Daar ligt volgens Vercruyssse dan ook de echte uitdaging van de toekomst.

L. NEELS

L. Neels is Directeur-Generaal van V.T.M. Met het Belgisch mediabeleid snijdt hij een heet hangijzer aan. Hij heeft het voor u over de zogenoemde deregulering van de Belgische media. Deze is volgens hem niet meer dan een rookgordijn dat een massa beperkende maatregelen aan het oog onttrekt waarmee de overheid de media aan banden probeert te leggen.

L. Neels houdt dan ook een vurig pleidooi opdat de Belgische marketeer niet langer daadloos zou toekijken op deze onduidelijke inmenging in zijn aktiegebied.

Het belooft een krachtig betoog te worden dat heel wat inkt zal doen vloeien...

J. CARROTT

J. Carrott geniet in Engeland reeds jaren nationale bekendheid. Deze meeslepende verteller is de eigenzinnige presentator van het BBC-programma "Carrott's Commercial Breakdown" waarin hij maandelijks op genadeloze wijze en met nietsontziende humor de nieuwe oogst aan TV-commercials bespreekt.

U krijgt van hem TV-commercials te zien uit de meest uiteenlopende landen. Hij geeft daarbij verrassende en uiterst originele commentaar.

Hij neemt daarbij allesbehalve een blad voor de mond. U bekijkt de spots voor een keer door een totaal andere bril dan u normaal gewoon bent.

Een show met een prettige knipoog...

Programma

TIENDE KONGRES VAN STICHTING MARKETING

THE BEST of MARKETING



VRUJDAG 6 DECEMBER 1991

Simultaanvertaling naar het Frans en het Nederlands is voorzien.

08.45 u: Onthaal en koffie

09.00 u: Opening door Jean-Pierre Wanquet, Kongresvoorzitter
Beheerder Insight Gea Belgium

S E S S I E 1

CHRISTOPHER L. HART: SERVICE BREAKTHROUGHS

Inleiding: Jos Clijsters, Voorzitter Stichting Marketing, Directeur Markten, Producten en Kommunikatie, Retail Marketing Generale Bank

09.15 u: "Service Breakthroughs:
Changing the rules of the game"



CHRISTOPHER HART
Professor Harvard School of Business,
Chairman TQM Ltd.

C.W.L. Hart taught for many years at the Harvard School of Business. He is the author of many publications dealing with service and quality, an area in which he is recognized as a leading authority.

As the deciding factor between virtually identical products, service is assuming ever greater importance. Efficient service will not only earn you contented customers but lasting profits too.

With reference to practical examples, Hart demonstrates how dissatisfied customers can become loyal purchasers or users.

10.15 u: Koffiepauze

S E S S I E 2

REAKTIES VAN BELGISCHE TOPMANAGERS OP DE VISIE VAN CHRISTOPHER HART

Inleiding: Hendrik Hendrickx, Ex-Voorzitter Stichting Marketing,
Directeur Censydiam

11.00 u: "Reakties op key-note spreker Christopher Hart"



JOE H. BEAUDUIN
Managing Director, Reader's Digest
België



JEAN-MARIE VERDONCK
President Directeur-Generaal,
Masterfoods Frankrijk (divisie voeding)



LUC DE LEERSNIJDER
Vice-President, Young & Rubicam
Northern Europe



GUNTER PAULI
CEO van ESIF, Zaakvoerder PPA
Holding, sekretaris-generaal van Union
de la Presse Economique et Financière
Européenne.

Elk van deze prominente marketingfiguren zal het hebben over het service-aspekt in hun eigen respectieve disciplines. Hierbij toetsen ze hun persoonlijke ervaringen aan het ideeëngoed van C.W.L. Hart.

Programma

S E S S I E 3

MANAGEMENT & STRATEGIE

Inleiding: Chris Meyers, Ex-Voorzitter Stichting Marketing, Afgevaardigd Beheerder Nationale Dienst voor Promotie van Kinderartikelen

12.00 u: "Strategische opties voor de distributie in het jaar 2000"



RUDI VERCRUYSEN
Directeur-Generaal, GIB Mass Retail & Member of the Board of Super & maxi GB.

R. Vercruyssen schetst voor u zijn visie op de toekomst van de distributieketens. Het comfort van de klant zal volledig centraal komen te staan bij de bepaling van assortiment, prijzen en promotie-acties. Hij zet ook uiteen waarom 1993 niet noodzakelijk bedreigingen inhoudt voor het bestaansrecht van de regionale distributieketens. Tot slot heeft Vercruyssen het over het echte probleem van de distributie: de onrustbarende stijging van de loonkosten die deze van de omzet ruimschoots overstijgt.

12.45 u: Lunch

S E S S I E 4

KOMMUNIKATIE

Inleiding: Cyriel Van Tilborgh, Ex-Voorzitter Stichting Marketing, Adjunkt-direkteur & Afdelingsdirecteur Centrale Directie Particulieren en Lokale Ondernemingen Kredietbank

14.45 u: "Aktuele en controversiële benadering van de mediapolitiek in België"



LEO NEELS
Directeur Generaal, VTM

Met het Belgische mediabeleid snijdt hij een uiterst aktueel hangijzer aan. Het belooft een vurig betoog te worden dat heel wat inkt zal doen vloeien.

15.30 u: "Les réseaux européens ont-ils une chance dans la guerre mondiale de la publicité?"



JEAN-MICHEL GOUDARD
Fondateur et Président du groupe Roux Séguéla Cayzac & Goudard (R.S.C.G.)

Les grands groupes publicitaires européens investissent des moyens considérables dans la construction ou l'achat de réseaux internationaux. Dans quelle mesure peuvent-ils affronter leurs grands concurrents américains? Leur principal atout, leur énorme diversité, suffira-t-il à leur faire gagner la grande bataille de la création internationale?

16.15 u: Koffiepauze

S E S S I E 5

MARKETING & ONDERZOEK

Inleiding: Leon Godin, Ex-Voorzitter Stichting Marketing, Marketing Manager An-Hyp

17.00 u: "Comment maigrir en faisant des repas d'affaires"



MICHEL MONTIGNAC
Président Directeur Général, Éditions Artulen, France

Auteur du bestseller "Comment maigrir en faisant des repas d'affaires". Il explique comment faire des excès de table, tout en restant svelte: l'excès de poids n'est pas le résultat d'une alimentation trop "riche" mais plutôt d'une déficience du métabolisme. Ensuite, l'auteur vous racontera comment venir à bout de ces kilos superflus en équilibrant son alimentation.

17.45 u: "International market research in the nineties"



HANS J. ANDERS
Member of the Board, GfK Ag

He will speak on the effects of internationalisation and automation on market research. With increasing standardisation of research methods, research institutes will be able to offer more consulting activities. The emphasis will be increasingly placed on international solutions.

18.30 u: Receptie
Uitreiking onder de voorinschrijvingen van de reis naar Moskou en Sint-Petersburg plus de midweek tropische vakantiepret in Center Parks De Vossemeren of Erperheide aangeboden door Flanders Travel/VTB.



ZATERDAG 7 DECEMBER 1991

08.00 u: Wandelontbijt

S E S S I E 6

EFFIE AWARDS 1991

Inleiding: Arthur Van Der Heyden, lid van de raad van Beheer Stichting Marketing, Algemeen Directeur Bloomsbury Advertising N.V.

09.00 u: "Mazda"



LUC VAN HAUTE
Associate Director, TBWA

Programma



CHRISTIAN SALEZ
Account Manager, TBWA

In '91 werd Mazda-TBWA voor de tweede maal door de Effie-Jury met een Award bekroond. Het ging om de campagne voor het hele Mazda-gamma. Mazda slaagde erin op een originele en effectieve manier uit de traditionele automobielcommunicatie te treden. Deze boeiende case wordt voor u van A tot Z uit de doeken gedaan.

09.30 u: "Interlabor"



MARK VAN BRUGGEN
Director Marketing Services, Interlabor Interim



MARC FAUCONNIER
Account Director, Young & Rubicam Belgium N.V.

Sinds 1988 richt Interlabor zich nadrukkelijk op de potentiële uitzendkrachten. Y&R ontwikkelde hiervoor een reclamecampagne rond de figuur van Suzanne, de uitzendconsulente. Zij is de verwezenlijking van de kwaliteit, de dienstbaarheid en het menselijk gelaat van Interlabor. U verneemt hoe Interlabor na anderhalf jaar campagne bijna een verdriedubbeling van zijn merkvoorkeur bereikte.

10.00 u: Koffiepauze

S E S S I E 7

EFFEKTIVITEIT VAN MARKETING & VERKOOP

Inleiding: Chris Meyers, Ex-Voorzitter Stichting Marketing, Afgevaardigd Beheerder Nationale Dienst voor Promotie van Kinderartikelen

10.45 u: "Verkoop!? Welkom tot de marketing mix. De verkooprevolutie van de jaren 90"



RUDI DE BECKER
Director Communications, International Headquarters Rank Xerox Marlou, GB

R. De Becker breekt een lans voor een herwaardering van de verkoper binnen het bedrijf. We staan volgens hem aan de vooravond van een nieuwe revolutie: tijdens de jaren '90 zal de verkoop uitgroeien tot het belangrijkste element in de marketing-mix.

Inleiding: Cyriel Van Tilborgh, Ex-Voorzitter Stichting Marketing, Adjunkt-direkteur & Afdelingsdirecteur Centrale Directie Particulieren en Lokale Ondernemingen Kredietbank

11.30 u: "General Electric Answer Center"



POWELL TAYLOR
Manager, Answer Center General Electric USA

One of the most influential authorities in the field of telemarketing. He is manager of the Answer Center of General Electric USA. With a staff of 250, this is the largest customer information service in the world. He explains how this center provides General Electric with a friendly and sympathetic image.

12.45 u: Lunch

S E S S I E 8

CONTROVERSE ROND KOMMUNIKATIE

Inleiding: Harry Demey, Divisiehoofd Marketing & Diensten, Client Service Director LDV & Partners

14.00 u: "Lifestyle Approach Outdated"



CARL ROHDE
Professor, Rijksuniversiteit Utrecht

Carl Rohde is verbonden aan de Werkgroep Massakommunikatie/PR van de Rijksuniversiteit Utrecht. Hij heeft het over de nieuwe benadering van het begrip "lifestyles". Deze vloeit voort uit het groeiende individualisme van de konsument. Het wordt steeds moeilijker om de konsument in wel omliggende vakjes onder te brengen. Het "lifestyle denken" is in de optiek van Rohde niet langer einddoel maar wel vertrekpunt.

14.45 u: "Carrott's Commercial Breakdown"



JASPER CARROTT
Presenter of the BBC show "Carrott's Commercial Breakdown"

Jasper Carrott is the inimitable presenter of the BBC programme "Carrott's Commercial Breakdown". A monthly review of the latest crop of TV commercials during which Jasper deploys his unique brand of scathing humour to devastating effect. A show with a cutting edge...

15.30 u: Einde

Algemene Vergadering voor al de leden van Stichting Marketing met verkiezing van de nieuwe Raad van Beheer '91-'92 en Voorzitter (voorbehouden aan de leden van Stichting Marketing)

Praktische Informatie

WIE VINDT ER ZIJN GADING OP DIT KONGRES?

Geen enkele marketing- of communicatie-professional wil dit Kongres missen. Hij maakt er immers kennis met de allernieuwste internationale marketing-evoluties. Iedereen die professioneel bezig is met marketing keert met een schat aan nieuwe, bruikbare informatie terug naar zijn bedrijf.

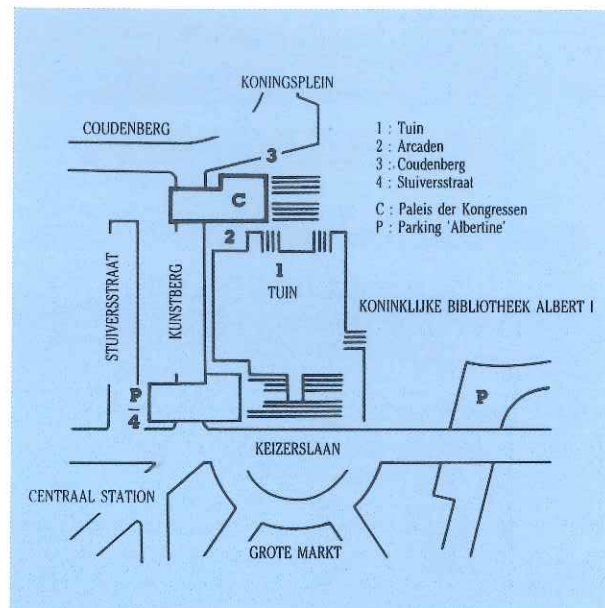
EEN RIJKE INSPIRATIEBRON VOOR UW MARKETINGPRAKTIJK.

De sprekers op het Kongres zijn stuk voor stuk gereputeerde namen in hun vakgebied. Vanuit hun marketingpraktijk geven ze u hun konkrete bevindingen. U maakt kennis met originele en vernieuwende visies die u gegarandeerd in uw eigen marketingpraktijk tot inspiratie zullen dienen.

- Data: 6 en 7 december 1991.
Plaats: Paleis voor Kongressen - Coudenberg 3 - 1000 Brussel.
Parking: Parking Albertine - Justitieplaats 16 - 1000 Brussel.
De kaart om de parking te verlaten haalt u af aan de balie van het Kongres. De parking is gratis. Opgelet: ook wanneer aan de ingang het bordje "Volzet" hangt, kunt u binnen parkeren. Stichting Marketing heeft voor de kongressisten immers speciale parkeerplaatsen gereserveerd.
Vertaling: Simultaanvertaling naar het Frans en het Nederlands.
Deelnameprijzen: 2 dagen met inbegrip van lunches, koffie, aperitief, syllabus,...

Tarieven:	Leden S.M.	Niet-leden
<input type="checkbox"/> 1ste inschrijving	14.500,-	18.500,-
<input type="checkbox"/> 2de en volgende inschrijvingen	13.000,-	17.000,-

- Annulatie: Bij annulatie van een definitieve inschrijving na 15 november '91 blijft 30% van het inschrijvingsgeld voor de organisatoren behouden. De annulatie dient schriftelijk te gebeuren.
- Inschrijvingen: Door middel van bijgevoegd inschrijvingsformulier of telefonisch op het nummer 02/467.59.59 of per fax op het nummer 02/467.59.56.
- Stichting Marketing - t.a.v. het sekretariaat - Research Park Zellik - De Haak - 1731 Zellik.



Kongreskommissie:

- Jean-Pierre Wanquet, Kongreskoördinator
Beheerder, Insight Gea Belgium, Brussel
- Edward Boschloos
Panel Research Manager, GfK Belgium, Brussel
- Frans Claes
Direkteur, Stichting Marketing, Zellik
- Aimé Heirman
Marketing Consultant, MAC, Brussel
Hoogleraar, EHSAL, Brussel
- Guido Mertens
Kommercieel Manager, Pickup Sign Supplies,
Kortenberg
- Philip Van Bost
Sr. Product Manager, Flanders Expo, Gent
- Georges Van Nevel
Managing Director, DVN, Gent
- Roos De Kunst
Sekretariaat, Stichting Marketing, Zellik
- Pascale Cambie
Sekretariaat, Stichting Marketing, Zellik



STICHTING MARKETING

KRANTEN
GROEP DE
STANDAARD

RANK XEROX
The Document Company

Trends LE SOIR



interMediair

