

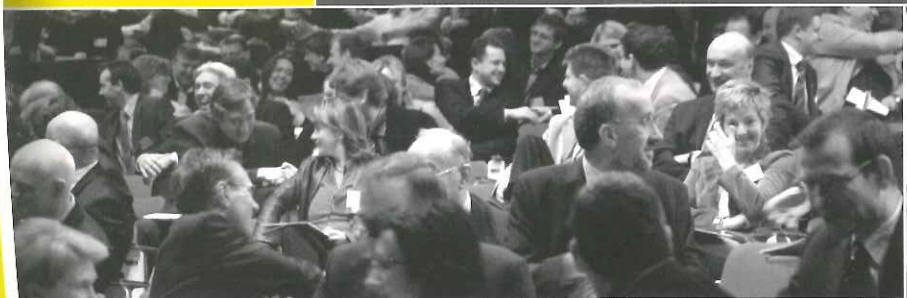


24^{ste}

Marketingcongres

Het Stichting Marketing Congres

Een van de succesvolste congressen
in Europa voor marketeers & managers



14

sponsorformules
met bewezen
rendement!



"Return on passion"

Emotie & ratio
in marketing en management



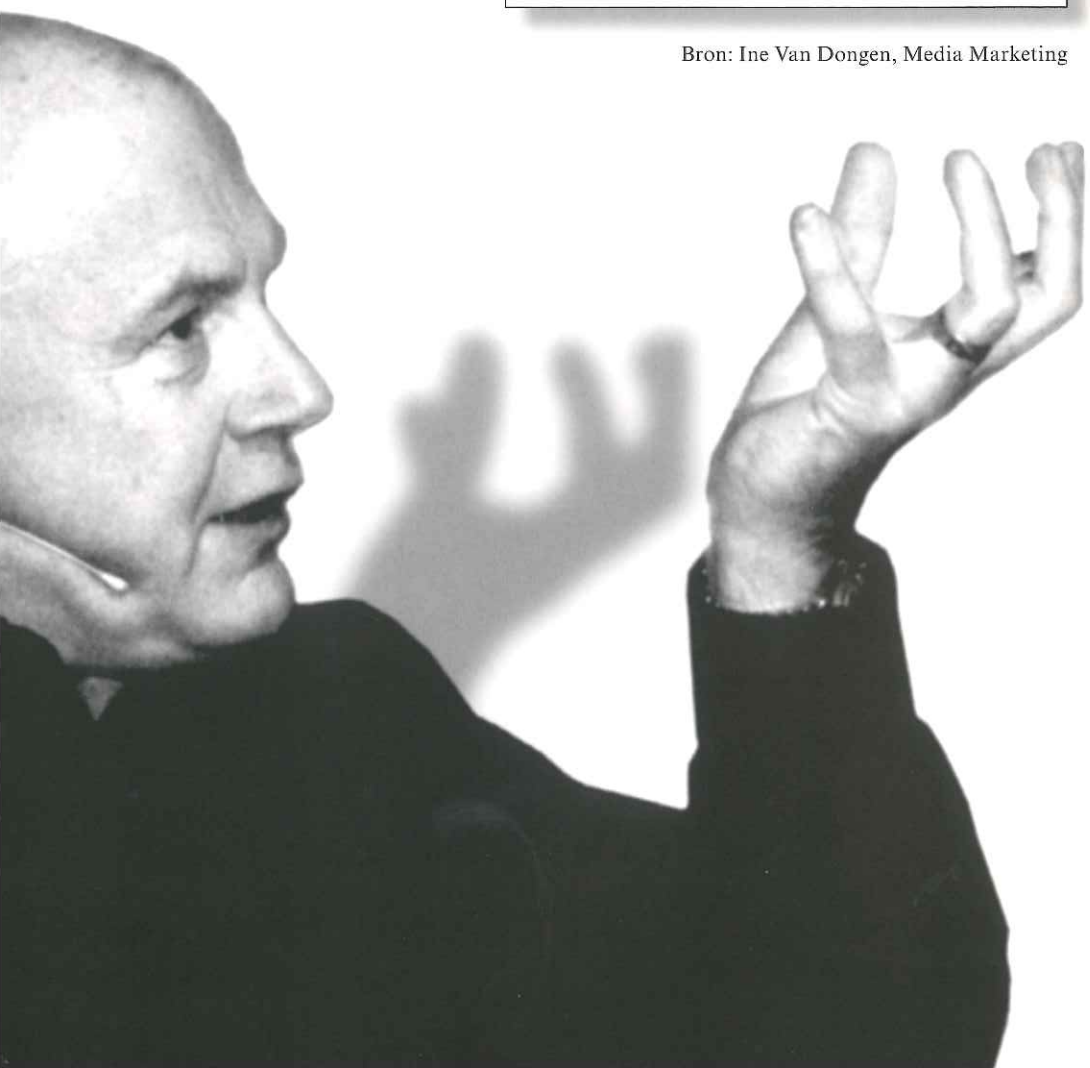
**et levende bewijs van een
succesvol, topkwaliteit Congres!**



Bron: De Standaard

...Alleen was het pijnlijk te horen dat ze geen enkel idee hadden van hoe het dan moest. **Geef mij dan maar het Stichting Marketing Congres, dat voor een zeer democratische prijs twee dagen lang topsprekers aanbiedt, dat iedereen in de sector (en creatieven horen daarbij, alleen zijn ze elk jaar schrijnend afwezig) een jaar lang inspiratie geeft....**

Bron: Ine Van Dongen, Media Marketing



Waarom het Stichting Marketing Congres sponsoren?

1

Een concrete investering die u meteen terugverdient

2

Keuze uit 14 formules

3

Mogelijkheid om uw eigen ideeën in een formule te gieten

4

Een Congressfeer die de intensiteit van de contacten verhoogt

5

Het grootste management – en marketingcongres van België, en toch de tijd voor u als sponsor



Het Congres is uitgegroeid tot één van de grootste marketing & management evenementen in België

1 Het mooi uitgebalanceerde programma

Elk jaar bouwen we een evenwichtig programma uit binnen de verschillende marketingdisciplines. Telkens leggen we bovendien de link naar algemeen management. Marketing doordeesemt de dag van vandaag heel het bedrijf, zodat het een belangrijk 'management tool' is geworden. We willen geen technisch congres zijn, maar een congres dat inzichten aanreikt over de verschillende disciplines heen: het geïntegreerde marketing denken.

Benieuwd naar het
Congresthema van dit jaar?
Lees meer op p. 10!

Spreekers die het enge hokjesdenken durven te verlaten en nieuwe combinaties of inzichten aanreiken, staan immers garant voor een intellectuele voldoening en een extra toegevoegde waarde.

2 De contacten

Stichting Marketing zorgt voor een voldoende aantal pauzes zodat de Congresgangers rustig van gedachten kunnen wisselen met collega's.



Nieuwe contacten worden op een informele manier gelegd en bestaande zakenrelaties onderhouden. Zowel adverteerders als aanbieders komen maar al te graag om er hun netwerk van relaties uit te breiden.

Congreslocatie: het Internationaal Congrescentrum in Gent

Ook dit jaar huist het Congres, bewust, in het ICC – Congrescentrum – Gent. De verbouwingen aan



3 De animatie

De animatie geeft het Congres extra cachet.

Allerhande acts fleuren het geheel op en via toffe acties aan de stands van de "Marketing Village" kunnen de Congresgangers mooie prijzen winnen.

Op een ludieke manier doen de Congresgangers nieuwe ideeën op. Bijna spelenderwijs leren ze de nieuwe producten en diensten van de sponsors kennen.



4 De prijs

De Stichting houdt de prijs van het Congres bewust laag. In vergelijking met andere congressen is €490 voor 2 dagen superdemocratisch. En toch investeren we elk jaar forse bedragen in topsprekers. Enkel dankzij de steun van onze hoofdsponsors slagen we erin om jaar na jaar sprekers van formaat naar het Congres te halen. Daarnaast doen de 17 gedreven leden van onze Congrescommissie veel vrijwilligerswerk. Om de drie weken komen ze samen om de continuïteit te verzekeren. Het leidmotief daarbij: 'Working together works'. Als sponsor profiteert u mee van het nauwgezette en geconcentreerde teamwork van de Congrescommissie.

+ Aantal extra
verrassingen

Tip! Blijf tijdens het Congres in centrum
Gent slapen. U vindt mooie hotelpromoties in
de eerstvolgende Congresmailing.

het Congressen-
paleis in Brussel
zijn nog steeds
niet rond. De Brusselse Heizel op haar beurt ver-
huurt bij voorkeur eerder ruimte aan grote beurzen.
Bovendien komt uit de enquête van TNS Dimarso
naar voren dat het ICC in Gent meer dan gesmaakt
wordt. De "Marketing Village" werd heel gezellig
bevonden. Er was veel direct daglicht. De catering
was zonder meer een openbaring te noemen.
De lofbetuigingen aan de Congreslocatie overtuig-
den de Congrescommissie om opnieuw voor Gent
te kiezen. Uiteraard blijven wij ook hier de accom-
modatie optimaliseren.

14 unieke Congres sponsorformules, zodat elk bedrijf zijn gading vindt

1 Partnersponsor

Wij reserveren deze hechte vorm van samenwerking voor 10 exclusieve sponsors. U kunt hiervoor rekenen op tal van eyecatchers:

- Een prachtig afgewerkte stand van 3x3m voor direct contact met de Congresgangers; uw prospecten en klanten kunnen er niet naast kijken.
- Uw logo op alle Congrescommunicatie (behalve de affiche).
- Uw logo duidelijk zichtbaar in de Congreszaal (op dia's).
- 8 vrijkaarten voor eigen medewerkers of uw beste klanten.
- Gratis product in de Gift Bag.
- Promotiefolder van uw bedrijf gratis in de Congrestas.

Uw bijdrage: € 8.480

Bereken uw voordeel maar: 8 kaarten t.w.v. € 590 + een stand vertegenwoordigen al een totale waarde van € 8.480. U kunt stellen dat u de naambekendheid er quasi gratis bij krijgt.



2 Standsponsor

Als standsponsor kunt u rekenen op:

- Een prachtige stand van 3x3m die volledig voor u wordt opgebouwd (basisopbouw en verlichting).
- De mogelijkheid om op uw stand een speciale animatie te houden.
- Een gratis product in de Gift Bag.
- Uw logo duidelijk zichtbaar in de Congreszaal (op dia's).
- 2 stand-vrijkaarten voor medewerkers of hostesses (catering inclusief). Deze personen hebben geen toegang tot de spreekbeurten.
- 1 deelnamekaart voor het Congres t.w.v. € 590.

Nieuw! Vitrinestand van 9x1m

Aan één zijde van het Congresgebouw kunt u een vitrinestand nemen. Deze opvallende stand is 9m lang en 1m diep. Er is ruimte voor drie vitrinestanden in totaal. Deze unieke opstelling is ideaal voor het uitstellen van uw producten, een ruim aanbod te etaleren, uw merk origineel in de kijker te zetten,... De voorwaarden zijn dezelfde als die van de klassieke standen.

Uw bijdrage: stand 3x3m= € 4.250

Uw bijdrage: stand 9x1m= € 4.950

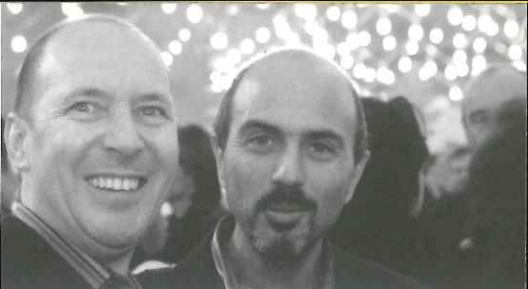


3 Logistieke sponsor

Met meer dan 1.100 bezoekers is het Marketingcongres een druk bezocht evenement. Logisch dat er ook heel wat logistieke ondersteuning bij komt kijken. Uw hulp daarbij stellen wij ten zeerste op prijs. Hieronder geven wij u de mogelijkheden. De tegenprestatie komen we in onderling overleg overeen. U kunt vele dingen sponsoren:

fotografure • koerierdiensten • drukwerk • taxi • hotel
• copyservice • simultane vertaling • ...



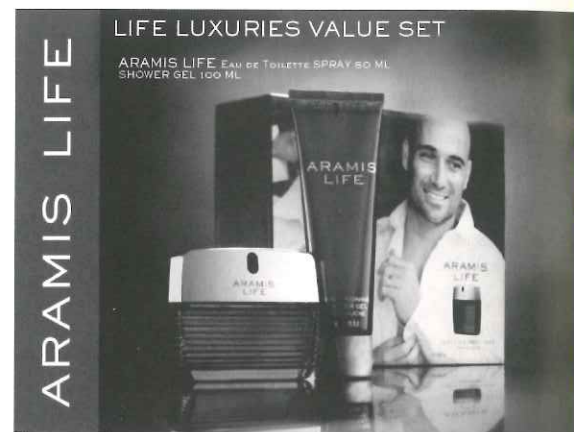


4 Sponsor voorinschrijvingen

Ieder jaar krijgen alle topmarketeers in België via een mailing de kans om zich tegen een voordelig tarief reeds op voorhand in te schrijven voor het Congres. Hieraan is telkens een incentive gekoppeld in de vorm van een wedstrijd. U kunt deze actie sponsoren:

- U levert voor € 2.500 producten van uw bedrijf (de producten moeten wel steeds ter goedkeuring worden voorgelegd aan de Congrescommissie).
- Indien de producten van uw bedrijf in aanmerking komen, zorgen wij voor uw logo op de mailing en de vermelding dat de prijzen door u geschonken zijn.
- U overhandigt ons uw logo en de foto van de producten op een geschikte drager.
- Op de mailing komt er een foto en korte omschrijving van deze producten, samen met uw logo.
- Speciale prijsuitreiking op het Congres zelf voor de winnaars van de incentive: een dia met uw logo en producten erop wordt ter gelegenheid hiervan in het groot en ononderbroken op het podium vertoond.

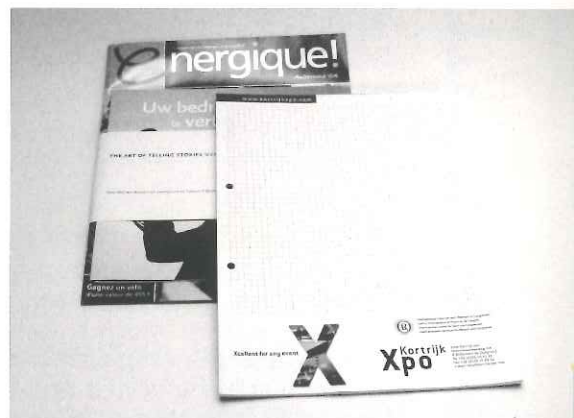
Uw bijdrage: € 2.500 eigen producten



5 Sponsor promotiefolder

Een promotiefolder van uw bedrijf in de Congrestas of in de Gift Bag is een excellente manier om uw bedrijfsnaam en producten extra in de verf te zetten bij de 1.100 Congresgangers.

- Promotiefolder in de Congrestas of uitgedeeld door hostessen van Stichting Marketing tijdens het Congres.
Uw bijdrage: € 1.250
- Promotiefolder samen met gadget of product sample in de Gift Bag.
Uw bijdrage: € 500



6 Website

Het Congres wordt uitgebreid aangekondigd op een aparte website. Vóór het Congres vindt u op deze webstek up-to-date nieuws. Na het Congres vinden de deelnemers daar het e-referatenboek. Een 'mouse click' volstaat om het geheugen van de deelnemers op te frissen en om de uiteenzettingen van onze topsprekers opnieuw te beleven. Via handige hyperlinks leidt u uw doelgroep naar informatie over uw bedrijf of naar uw website.

**Uw bijdrage: banner € 750
hyperlink € 350**



7 Sponsor receptie 'Marketeer van het Jaar'

De huldiging van de 'Marketeer van het Jaar' is een van de hoogtepunten van het Congres. Sinds 1994 bekronen Stichting Marketing en Trends & Trends/Tendances jaarlijks dé grote uitblinker op gebied van marketing.

- Exclusieve logovermelding van 6 sponsors in de programmabrochure als aanbieders van de bijhorende receptie. Een aanwezigheid die zeker niet onopgemerkt voorbij zal gaan: van deze programmabrochure worden maar liefst 25.000 exemplaren verspreid.

Let wel: slechts 6 sponsors komen hiervoor in aanmerking. Wie eerst komt, eerst maalt!

Uw bijdrage: € 1.500 per sponsor



8 Pauzesponsor (koffie of frisdrank), aperitief- of dessertsponsor

Op het Congres zijn er in totaal drie pauzes (2 op vrijdag, 1 op zaterdagvoormiddag) en twee aperitiefmomenten (vrijdag- en zaterdagmiddag). U kunt tijdens deze momenten koffie, frisdrank of een aperitief aanbieden aan de Congresgangers. Daarnaast kunt u ook het dessert sponsoren: 1 op vrijdagmiddag en 1 op zaterdagmiddag.

- Vermelding in de programmabrochure (25.000 ex.) dat u de koffie of frisdrank tijdens de pauze, het aperitief vóór en het dessert ná het eten aanbiedt. U mag een reclamespot of dia van 1 minuut vóór de pauze vertonen.
- Na de pauze opnieuw een spot van 1 minuut van uw bedrijf, product of dienst.
- U levert de reclamespots en dia's.

Uw bijdrage:
€ 1.500 als koffiesponsor € 1.500 als dessertsponsor per middag
€ 1.500 als frisdranksponsor € 1.500 als aperitiefsponsor per middag



9 Sponsor tafelanimatie

Tijdens de lunch kunt u de Congresgangers vergasten op een leuke wedstrijd. U verdeelt een wedstrijdfolder en kunt rekenen op een massa enthousiaste deelnemers. U hoeft enkel nog voor de prijzen te zorgen. Succes verzekerd!

- Vrijdagmiddag: exclusief voorbehouden voor De Standaard.
- Zaterdagmiddag: 3 sponsors krijgen de mogelijkheid een geslaagde tafelanimatie te organiseren.

Uw bijdrage: € 1.500 per sponsor



FORMULE



A black and white photograph of a man with glasses and a mustache, wearing a suit and tie, speaking into a microphone. He is looking slightly upwards and to the left. The background is dark and out of focus.



Stichting Marketing en de Nederlandse tegenhanger NIMA organiseerden vorig jaar een actieve én geslaagde wervingscampagne in Nederland. Ook dit jaar zullen onze Noorderburen van ons horen. Dit is dus een uitgelezen kans om uw sponsoring internationaal te maken!

"Return on passion"

Emotion & ratio in marketing and management



24^{ste} Stichting Marketing Congres
Gent - 2 en 3 december 2005

Return on passion

Emotie & ratio in marketing en management

Doel van het Congres

Op dit 24ste Stichting Marketing Congres gaan we na in hoeverre marketingmanagement als kunst, eerder dan als wetenschap, kan beschouwd worden. De marketingdiscipline is altijd al meer een kunst dan een wetenschap geweest. Marketeers gaan meer op hun intuïtie af dan op een feitengebaseerd inzicht van merkdrijfveren en -effecten. Niettemin hebben marketeers alsmaar meer data en kennis voorhanden om hun beslissingen te ondersteunen en te optimaliseren... De evenwichtsoefening tussen beide aanpakken is het hoofdonderwerp van deze Congreseditie.

Opnieuw een tophema met een plejade aan topsprekers

Gepassioneerd en intuïtief zijn: in bed met uw klant

Marketing is passie! Aaker liet ooit vallen: "Managers met een MBA graad worden soms omschreven als 'Murderers of Brand Assets'". Marketing blijft inderdaad een domein waarin 'gezond verstand' een belangrijke rol speelt om vernieuwend en efficiënt met een veranderende marketingomgeving om te gaan. Marketeers hebben de juiste kwalificaties nodig. Pas dan kunnen zij hun omgeving vanuit een totaal ander perspectief zien. Zij moeten in staat zijn om de traditionele marketingwetten overboord te gooien, en om compleet nieuwe denkmanieren te adopteren, vaak vertrouwend op hun marketinginstincten die ze in de loop der jaren hebben opgebouwd. De markten vandaag zijn moeilijker te voorspellen dan vroeger. Consumenten laten zich niet in mooi gescheiden vakjes indelen. Het aantal distributiekanaalen, producten en diensten explodeert en de grenzen tussen hen in verdwijnen. Daardoor zijn creativiteit, gevoelens, intuïtie en marketinginstincten meer dan ooit nodig in een marketingjob, om zo succesvolle marketingstrategieën te realiseren.

ROI-gedreven zijn: de klant in uw bestuurskamer

Bedrijven spenderen ongekennde bedragen om hun merk geloofwaardigheid 'brand equity' de lucht in te schieten, zonder echt te bepalen op welke manier het uiteindelijk iets bijdraagt. De meeste marketeers hebben altijd gevoeld dat ze bijna niet anders konden dan geld naar de muur te gooien en te hopen dat er wat van zou blijven kleven. Marketeers worden deze dagen echter geconfronteerd met de druk om de doeltreffendheid en het rendement van hun marketingbeslissingen te demonstreren. Hierdoor neigt marketing een meer exacte discipline / wetenschap te

worden waarbij de inputs tegenover de outputs worden geplaatst. Door veranderingen in de informatietechnologie kunnen marketeers nu een stijgend aantal ruwe data, en dit alsmaar sneller, verzamelen, opslaan en manipuleren. Meer en meer bedrijven ontdekken zo de mogelijkheden van database marketing: ze analyseren al die informatie en wenden ze aan voor de sturing van hun marketingstrategieën.

Wat biedt het Congres u?

Vorig jaar verwelkomden wij meer dan 1.100 Congresdeelnemers. Het Congres trekt ook voor deze 24ste editie topsprekers van over de hele wereld aan, die hun visies met de deelnemers willen delen. Zij formuleren hun antwoord op de hierboven vermelde uitdagingen. En staven hun persoonlijke visie met aantrekkelijke ideeën en frappante cases.

Enkele sprekers van de voorbije edities ...

Gary Hamel, 2004
Jean-Noël Kapferer, 2004
Kevin Roberts, 2004
Clayton Christensen, 2003
Fred Crawford, 2003
Jean-Marie Leblanc, 2002
Kjell Nordström, 2002
Patrick Dixon, 2001
Kardinaal Danneels, 1999

De ultieme garantie: de herbronninggarantie!

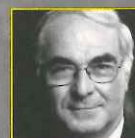


Op het Congres steekt u stevast iets nieuws op: een ervaring rijker, een inzicht meer, een visie die de uwe aanvult of confronteert. Mocht dit niet het geval zijn – hebt u zich volgens u op geen enkel gebied herbrond – dan mag u eens met ons komen praten.

Topsprekers die zelfs Congreseditie 2004 overtreffen!



Martin Lindström is een geboren entertainer. Deze brandingexpert onderstreept in zijn nieuwste boek "Brand Sense" het uitzonderlijke belang van de zintuigen bij de beleving van merken. Zo worden onze emoties bijvoorbeeld voor 75% door de geur bepaald. Lindström staat garant voor een zinnenprikkende congreservaring!



Riccardo Petrella doceert 'Globalisering en de informatiemaatschappij' aan de 'Université Catholique de Louvain' en leidde 15 jaar lang het FAST programma (Forecasting and Assessment in Science and Technology) van de Europese Unie. Hij richtte de "Group of Lisbon" op en recenter, in Italië, the University for the Common Good. Eind vorig jaar publiceerde hij het ophefmakende "Menselijk verlangen. Het recht om te dromen." Een pleidooi voor de herwaardering van solidariteit en menselijkheid. Ook en vooral in de zakenwereld...



Martha Rogers is samen met Don Peppers het brein achter de 1-to-1 marketingfilosofie en co-stichter van 'Peppers & Rogers Group'. PRG is een wereldwijd consulting-bedrijf gespecialiseerd in "customer management" strategieën. In het nieuwe boek, "Return on Customer", dat deze zomer verschijnt, geven Martha en Don een uitgebreide visie op het maximaliseren van de waarde van de klant en "Return on Investment" (ROI) op lange termijn.



Christian Van Thillo hanteert als gedelegeerd bestuurder van de Persgroep een vlotte, op Amerikaanse leest geschoelde managementstijl. Hij zetelt in de raad van bestuur van Europa's grootste mediareus, Bertelsmann. Daarnaast houdt hij zich bezig met interactieve multimedia in Vlaanderen. Ook in Nederland is Van Thillo reeds geruime tijd actief met o.a. Het Parool en Radio Noordzee. Recent nog verraste hij vriend en vijand met de aankoop van de krant De Tijd.

Take your chance! Now!

Mis deze kans vooral niet en zet uw bedrijf in de spotlights bij de fine fleur van de Belgische marketingwereld. Vul hiervoor snel de inschrijvingsbon in en fax deze vandaag nog naar het coördinatiecentrum van Stichting Marketing op 02 467 59 56. U mag er op rekenen: uw inspanningen als sponsor worden dubbel en dik beloond!

Inschrijving Sponsoring 24ste Marketingcongres

"Return on passion"

vrijdag 2 & zaterdag 3 december 2005 • Internationaal Congrescentrum Gent

☐ Ja, ik wil zeker ingaan op volgende sponsorformule:

☐ Ja, ik wens meer gedetailleerde informatie over één van deze sponsorformules: contacteer mij op bijgaand adres.

☐ Formule 1: Partnersponsor € 8.480

☐ Formule 2: Standsponsor

☐ Stand 3x3m

€ 4.250

☐ Vitrinestand 9x1m

€ 4.950

☐ Formule 3: Logistieke sponsor

☐ Formule 4: Sponsor voorinschrijvingen

☐ Voor € 2.500 aan producten van uw bedrijf

☐ Stichting Marketing koopt de producten aan voor een bedrag van € 2.500

☐ Formule 5: Sponsor promotiefolder

☐ Promotiefolder in Congrestas of uitgedeeld door hostessen

€ 1.250

☐ Promotiefolder + gadget of product sample in de Gift Bag

€ 500

☐ Formule 6: Website

☐ Banner

€ 750

☐ Hyperlink

€ 350

☐ Formule 7: Sponsor receptie 'Marketeer van het Jaar'

€ 1.500

☐ Formule 8: Pauzesponsor (koffie of frisdrank), aperitief- of dessertsponsor

☐ Koffiepauzes

€ 1.500

☐ Frisdrankpauzes

€ 1.500

☐ Dessertsponsor per middag

€ 1.500

☐ vrijdag ☐ zaterdag

☐ Aperitiefsponsor per middag

€ 1.500

☐ vrijdag ☐ zaterdag

☐ Formule 9: Sponsor tafelanimatie (op zaterdag)

€ 1.500

☐ Formule 10: Sponsor Congrestas (incl. promotiefolder in Congrestas)

€ 2.000

☐ Formule 11: Sponsor Gift Bag*

☐ Gratis product of sample in de Gift Bag (1.300 ex.)

gratis

☐ Gift Bag voor diepvriesproducten

☐ Levering van 1.300 gratis diepvriestassen

gratis

☐ Gratis product of sample in de diepvrieszak (1.300 ex.)

gratis

☐ Formule 12: Sponsor parking & bussen

€ 3.500

☐ Formule 13: Sponsor spreker

overeen te komen

☐ Formule 14: Ideesponsor: ik heb een schitterend idee! Schrijf uw idee hieronder op en fax het ons:

Firma:

Uw naam en voornaam:

Functie:

Straat: Nr.: Bus:

Postcode: Plaats:

Tel.: / Fax: /

E-mail: BTW:

*Als u kiest voor de Gift Bag, gelieve hieronder een korte beschrijving van uw product te geven:

Handtekening:

Datum:

Fax dit formulier vandaag nog terug naar Stichting Marketing: fax: 02 467 59 56.

Opsturen kan ook, naar: Stichting Marketing • t.a.v. Viviane Van Mellaerts • Research Park Zellik • De Haak 1 • 1731 Zellik • Tel.: 02 467 59 54 • E-mailen gaat het snelst: viviane.vanmellaerts@stichtingmarketing.be.

Dan nemen wij zo snel mogelijk contact met u op.



Hoe sneller u reageert, hoe groter de keuze!