

WILLEMEN LAVOOIJ VAN KLUWER, WIST JIJ DAT HET OM DEN DROMMEL NIET MEEVIEL OM JOU TE VINDEN?

Het is goed dat we je hier treffen, Willemien. We hebben je namelijk wat moois te vertellen. Iets dat volledig past bij jouw interesses, als ware het voor Willemien Lavooij persoonlijk op maat gemaakt. Maar voordat we beginnen eerst even dit: heb jij enig idee welk een klus het was om je via een gepersonaliseerde advertentie te bereiken?

Niet dat er iets mis is met printcampagnes. Integendeel: tijdschriften blijven uitstekend geschikt voor het bereiken van een doelgroep. Maar de 21ste eeuw heeft ons wat innovaties op online marketinggebied betreft heel veel nieuwe dingen gebracht. Zo is het aantal gepersonaliseerde online marketingmogelijkheden schier oneindig. En dat voor een fractie van de kosten van een uiting in print (kijk bijvoorbeeld maar eens op www.marketingonline.nl, www.molblog.nl en www.emerce.nl - jammer trouwens dat je niet kunt hyperlinken in dit soort advertenties).

Luister nu goed, we gaan je iets vertellen waardoor ook jij voortaan goedkoper, beter, sneller, doelgerichter, effectiever en leuker je doelgroepen kunt bereiken.

Speciaal voor jou organiseert Tijdschrift voor Marketing op 6 oktober 2009 Digitaal Willen We Allemaal. Hét marketingcongres van 2009 waarin alle mogelijke vragen over online marketing en een nieuw digitaal tijdperk zullen worden beantwoord. Antwoorden op vragen over het bereiken van een doelgroep die steeds moeilijker te bereiken is. Het toepassen van nieuwe advertentievormen op het internet. Gebruik maken van Twitter en social media. Bannering op het web 2.0. of het maken van goede content deals met de juiste partners.

Sprekers die werkzaam zijn bij bedrijven die er écht toe doen (zoals Laurens Hutten - online manager Ditzo, Yorick van Baarsel - Marketing Manager Bacardi Nederland, Else Reijnen - Teamlead Client Service Management Checkit B.V. en vele anderen) zullen aan de hand van bestaande cases uit de marketingpraktijk laten zien welke online mogelijkheden er eigenlijk voor succesvolle marketeers binnen handbereik liggen.

Ook voor jou zal het optimaliseren van online bereik, het maximaliseren van conversie, effectief gebruik maken van zoekgedrag, beter en sneller gevonden worden door Google, gebruik maken van user generated content en

het inzetten van SMS als crossmediaal communicatiemiddel na 6 oktober slechts kinderspel zijn.

‘Evangelist’ Jonathan MacDonald (hoe ver ben jij van hem verwijderd in Linked-In?), zorgt er met zijn Keynote voor dat wij allemaal nog lang over het congres zullen napraten, met name met diegenen die er niet gaan zijn.

Niet alleen weten we zeker dat jij graag bij dit congres aanwezig wilt zijn,

al was het maar vanwege je leergierigheid en je grote interesse voor het marketingvak, wij vinden ook dat dit congres zonder jou maar weinig waard is. Sterker nog: als jij er niet bent kunnen we op 6 oktober net zo goed geen congres organiseren. Eigenlijk rekenen we gewoon op je komst. Want zeg nou zelf Willemien: er is geen sprake meer van ‘digitaal willen’. Je ontkomt er gewoon niet aan.

Zie voor meer info: www.digitaalmoetenweallemaal.nl



WWW.DIGITAALMOETENWEALLEMAAL.NL
OOK JIJ, WILLEMEN.

Tijdschrift voor
Marketing