



STICHTING MARKETING

Brussel, 25 oktober 1988

Mevrouw, mijnheer,

Op 2 en 3 december houdt de toekomst van de marketing alle Belgische marketeers in haar greep.

Het Zevende Kongres van de Stichting Marketing richt zijn schijnwerpers op de ontwikkelingen die onze dagelijkse praktijk beïnvloeden.

Bezinning op 'the state of the art' is een absolute noodzaak. Onze maatschappij raakt in een Europese stroomversnelling. De marketeer zal zijn volledige gewicht in de schaal moeten gooien om nieuwe-strategieën te ontwikkelen.

Tijdens het Kongres benaderen we de positie van de marketeer vanuit verschillende invalshoeken. Uiteraard beginnen we met het 'denken'. Europese en Amerikaanse toppers toetsen hun visies op strategisch niveau.

In de parallelle sessies behandelen vooraanstaande sprekers diepgaand een praktisch probleem. Vernieuwing in de distributiesector, internationalisering, segmentatie en niche-marketing, data-basing, ... Kommunikatie-deskundigen spreken hun verwachtingen uit over het nieuwe gezicht van de reclame.

Traditiegetrouw is het Kongres dé plaats waar marketeers elkaar ontmoeten. Het avondfeest belooft een spektakel van de eerste orde te worden. In het stijlvolle Lodewijk XVI-gebouw Concert Noble luistert het houtensemble Odeon de receptie op. Tijdens het avondfeest zelf zorgt The Pink Band voor de swingende klanken van Glenn Miller.

Stuur of fax (02/268.60.55) daarom meteen bijgevoegde inschrijvingskaart terug. Telefonisch inschrijven kan ook. Bel mevr. Roos De Kunst op 02/268.34.34.

Met vriendelijke groeten,

Jos Clijsters
Voorzitter

Jean-Pierre Wanquet
Kongreskoördinator

P.S. Marketing is geen eiland in uw onderneming. Laat deze mailing lezen aan uw medewerkers die direkt of indirect met marketing te maken hebben. Ook voor hen is het Kongres een verrijkende ervaring.