

Literatuuroverzicht citaten

“Heeft marketing nog toekomst?”

Peter Leeflang

Bron: Leeflang, P.S.H., Heeft marketing nog toekomst?, *Holland Management Review*, nummer 99, 2004.

“En zorg ervoor dat je het wiel niet iedere keer opnieuw uitvindt. Voor ieder probleem en doelstelling bestaat al een oplossing.”

Rob Adams

Bron: Rob Adams, Tijdschrift voor Marketing, mei 2011, in de rubriek ‘NIMA stelt voor’

“Marketing is veel te belangrijk om alleen aan de marketingafdeling te worden overgelaten.”

David Packard

Bron: Kotler, P., 2000, *Kotler over Marketing, over het creëren, winnen en beheersen van markten*, Academic Service (vertaald uit Kotler on Marketing, 1999, The Free Press, an imprint of Simon & Schuster, Inc. New York)

‘Meten is helemaal niet weten, het is het interpreteren van feiten in het licht van de bestaande theorieën.’

Ineke Weeda

Bron: Fransen, R., Meten is een kwestie van interpretatie, *UK*, 4, 19 september 1996.

‘Ik weet niets van Marketing want ik weet niet zo precies wat marketing is.’

Cor Boonstra

Bron: Koks, L., 1996, Ik weet niks van marketing. Want ik weet niet zo precies wat marketing is, *Tijdschrift voor Marketing*, mei 1996.

‘De neurowetenschap berooft ons van de illusie dat we bewuste keuzes maken die op logische gronden worden genomen. Het is even wennen.’

Paul Postma

Bron: Postma, P., 2013, *Anatomie van de Verleiding, Neuromarketing succesvol toegepast*, Adfo Groep

“Veel marketingactiviteiten leveren weinig of niets op.”
Ruud Frambach en Peter Leeflang

Bron: Frambach, R. en Leeflang, P., 2009, *Marketing aan de top, 10 problemen, oorzaken en oplossingen*, Pearson Education Benelux (Financial Times/Prentice Hall)

“Marketing takes a day to learn, but a lifetime to master.”
Philip Kotler

Bron: Wierenga, B en E. de Waarts, 2005, Marketing is nog nooit zo spannend geweest, *Tijdschrift voor Marketing*, april 2005.

‘De klant is de belangrijkste bezoeker van ons huis. Hij is niet een onderbreking van ons werk, hij is ons doel. Wij verlenen hem geen gunst als wij hem bedienen. Nee, hij verleent ons een dienst als wij hem mogen bedienen.’
Mahatma Gandhi

Bron: Langerak, F. (onder redactie van), *Marktgericht ondernemen*, deel 20 van de serie Marketingwijzer, Samsom, 2001.

‘Many well-paid marketers are operating with wrong assumptions, so they are making mistakes, and wasting money, without even knowing it’
Byron Sharp

Bron: Sharp, B., 2010, *How Brands Grow, what marketers don't know*, Oxford University Press

“If you don't know where you're going, then any road will take you there.”
Cheshire Puss in Alice in Wonderland (Lewis Carol)

Bron: Molenaar, C.N.A., 1993, *het einde van de massamarketing, Interactieve marketing*, de Management Bibliotheek, Amsterdam, Brussel