

Het Nederlands Instituut voor Marketing... Wordt vijftig



Op 1 december a.s. bestaat NIMA vijftig jaar. Een mooi moment om bij stil te staan - uiteraard - want tenslotte haalt lang niet iedere beroepsvereniging zo'n eerbiedwaardige leeftijd. Bij jubilea is het gebruikelijk om uitgebreid stil te staan bij de weg die is afgelegd om te komen waar we nu staan, maar dat doen we niet. Marketing Nederland staat op de schouders van reuzen, dat zeker, maar er is alle reden om juist vooruit te kijken.

Na overleg met een flink aantal vertegenwoordigers uit de NIMA-achterban ontstond het idee voor een waardig feestje. Het 50-jarig jubileum zal worden aangegrepen voor een inhoudelijke verdieping. Niet te zwaar op de hand, maar 'spelend met gedachten'. Zoals in januari van dit jaar al aan de NIMA Communities is toegelicht op de besturenbijeenkomst, heeft NIMA Bestuurslid Mabel Nummerdor een inventarisatie gemaakt van een aantal metatrends die naar verwachting de toekomst van het vak zullen vormgeven: thema's die stuk voor stuk van invloed zullen zijn, maar waarvan de exacte invulling en impact vaak nog ongewis is. Als toevoeging daarop zijn vijftig 'stepping stones' benoemd: onderdelen van een grotere beweging die de executie van marketing zullen beïnvloeden. [Check hier het document.](#)

Per onderdeel van het vakgebied zal de uitwerking van die metatrends verschillend uitpakken, zo is de verwachting. Hoewel voor veel NIMA Communities het programma voor komend najaar al vastligt, zou ik jullie langs deze weg willen vragen de diepte in te duiken aan de hand van de NIMA Marketing Next 50. Hoe ontwikkelt marketing (-communicatie en of sales) zich vanuit de achtergrond van jullie community?

What to do?

De manier waarop jullie community aan de slag gaat met de Next 50-thema's ligt bij de communities zelf: een bijzondere bijeenkomst, een presentatie, een werkgroep of een virtueel Next 50-team: dat maakt niet zoveel uit. Wat we willen bereiken is dat er NIMA-breed wordt nagedacht over de toekomst van het vak. En we streven naar een soort tijdsapsule.

Speciale uitgave NIMA Update krant

Naar aanleiding van deze bijeenkomsten wordt jullie gevraagd output te leveren voor de speciaal te verschijnen digitale versie van de NIMA Update-krant in het najaar van 2016. Dat mag in de vorm van een verslag, een opiniërend artikel, een column, een leeslijst, een futuristische case, een pleidooi, een audiovisuele bijdrage, anything goes, zolang de output maar uiterlijk 31 oktober wordt aangeleverd bij [de redactie van NIMA Update](#), zodat er ook echt een gezamenlijke NIMA-bijdrage ontstaat. Lange bijdragen mógen, maar in dat geval ontvangt de redactie graag óók een kortere versie. We gaan nu uit van zo'n 400 woorden tekst.

De bijdragen worden vanzelfsprekend ook gepubliceerd op NIMA.nl én met de redactie van Marketingfacts is overeengekomen ze ook via dit veelgelezen nieuwsblog te publiceren onder de noemer: NIMA 50, de marketing-tijdsapsule.

Tot slot streven we ernaar om op MIE 2017 een aantal communities in de gelegenheid te stellen een presentatie te verzorgen die antwoord geeft op de vraag hoe de succesvolle marketeer van de toekomst zich nú optimaal voorbereid op het vak.

Eeuwig leven

Los van alle publiciteit gaan we jullie Next 50-bijdragen overigens ook écht een 'eeuwig leven' bezorgen: Op 1 december a.s. zullen ze in een speciale tijdbestendige RVS koker worden begraven in Bunnik, op de plaats waar NIMA is ontstaan.

Met vriendelijke groet,

Luuk Ros
Contentmanager

Samenvattend:

Juni 2016	Briefing Communities, Persbericht over NIMA Next 50
Juni - September 2016	NIMA Next 50 themabijeenkomst door de communities
1 Oktober 2016	Deadline publicaties en aanleveren bij NIMA Update redactie
Oktober-December 2016	Publicatie van de NIMA Next 50 bijdragen op Marketingfacts
December 2016	Publicatie speciale uitgave NIMA Next 50 krant
Februari 2017	NIMA Next 50 op MIE

NEDERLANDS INSTITUUT VOOR MARKETING OPGERICHT

Dag gewijd aan marketing op Voorjaars-Efficiencydagen

Tijdens een bijeenkomst te Bunnik is opgericht het Nederlands Instituut voor Marketing (NIMA), waarin leidinggevende marketing-functionarissen uit het bedrijfsleven, adviseurs op marketing-gebied en zij die marketing doceren, studeren of op dit terrein wetenschappelijk onderzoek verrichten, elkaar willen vinden. Het NIMA is aangesloten bij het Nederlands Instituut voor Efficiency te Den Haag, dat het initiatief tot de oprichting heeft genomen.

Het NIMA stelt zich ten doel de aandacht voor marketing-vraagstukken in de ruimste zin te bundelen en de juiste inpassing van de marketing-gedachte in het totale bedrijfsbeeld te bevorderen. Men tracht dit doel onder meer te verwezenlijken door het houden van lezingen, het organiseren van regionale gespreksgroepen en het uitgeven van een blad. Ook het adviseren van marketing-opleidingen behoort tot de doelstellingen van het NIMA. De vereniging bestaat uit verschillende secties, waaronder bijvoorbeeld produktontwikkeling, verkooporganisatie en -opleiding, reclameresearch, etc.

Tot voorzitter van het NIMA is tijdens de bijeenkomst te Bunnik, waar een vijftigtal marketing-functionarissen bijeen was, gekozen drs. F. M. A. Keyzer (Lips Scheepsschroevengietery N.V.). Andere bestuursleden zijn de heren L. Alberdingk Thijm (J. Walter Thompson N.V.), M. Veraart (Markon N.V.), mr. J. den Hertog (Thomassen & Drijver N.V.), drs. P. Th. van Leeuwen (De Gruyter & Zn. N.V.), E. A. M. Loeff (Joh. Enschedé & Zn. N.V.), mr. H. de Roos, directeur Lever's Zeepmaatschappij N.V.) en drs. Ch. E. van der Ploeg (zelfstandig marketing-adviseur). Als secretaris treedt op drs. A. F. van Goch, verbonden aan het Ne-

derlands Instituut voor Efficiency te Den Haag. Het NIMA zal volgend jaar naar buiten treden tijdens de voorjaars-Efficiencydagen van het NIVE op 30 mei en 1 juni in Kurhaus te Scheveningen. Een gehele dag zal dan worden gewijd aan de plaats en de functie van de marketing in vier belangrijke branches: textiel, levens- en genotmiddelen, de metaalindustrie en de dienstensector. Met de voorbereiding van deze dag belast zich een commissie, bestaande uit de heren M. J. J. Veraart (voorzitter), P. Bauduin, L. Alberdingk Thijm, drs. F. M. A. Keyzer en drs. H. de Ruyter. •

NCD organiseert dag over management-problematiek

Het Nederlands Centrum van Directeuren (NCD) organiseert 12 januari in samenwerking met het Engelse organisatie bureau Urwick, Orr and Partners International Ltd. een eendaagse werkbijeenkomst over het onderwerp 'Management by Objectives'. Als inleiders zullen optreden de heren John Humble, H. R. Birkett en K. E. Lander; allen management-specialisten.

Tijdens dit seminar zullen de belangrijkste management-principes behandeld worden; geïllustreerd en toegelicht aan de hand van recente praktijkgevallen. De inleiders willen aantonen dat door coördinatie van de doelstellingen van alle leidinggevende functionarissen in het bedrijf, de winstkansen van de onderneming sterk vergroot worden. Qua opzet en inhoud is deze werkbijeenkomst gericht op directeuren en commissarissen van middelgrote en grotere industriële ondernemingen.

De conferentie wordt gehouden in het RAI-Congrescentrum te Amsterdam. •