

tekst Jaap Bartelds

NMD 2009 DE VOORPRET BEGINT NU

Donderdag 25 juni begeeft marketingminnend Nederland zich en masse naar Nieuwegein. De tweede **Nationale Marketingdag** pakt groots uit met meer dan veertig sprekers, speeddating, een ruim opgezette beursvloer en na afloop een borrel met dj op een groot terras. Organisator Marcel Mathijssen licht een tipje van de sluier op.

Voor wie is de Nationale Marketingdag bedoeld?

Voor marketeers in de breedste zin van het woord. We werken dit jaar met verschillende tracks om zoveel mogelijk mensen aan te spreken, ze houvast te bieden en de keuze makkelijker te maken. Zo is de track Creatie voor veel meer mensen dan alleen marketeers interessant.

Waarin verschilt de dag met de voorgaande editie?

We hebben de sprekers die in 2008 het hoogst werden gewaardeerd opnieuw gevraagd, aangevuld met een groot aantal actuele sprekers. Vorig jaar zaten de zalen te vol, waardoor mensen lezingen moesten missen. Nu hebben we veel meer zalen voor de verschillende tracks. De opzet is dit jaar dubbel zo groot, dat geldt voor het programma, maar ook voor de exposanten op de beurs en waarschijnlijk ook het aantal bezoekers.

Wat kunt u vertellen over de tracks E-Commerce, Consument en Trends, Creatie, Interactieve Marketing, Strategie, WebWinkel Vakdagen en Marketing meets CRM?

De tracks geven sturing aan het programma, dat met vijftig sprekers is verdubbeld vergeleken met vorig jaar. Nog altijd geldt voor de populairste sessies: wees op tijd, want vol is vol. Maar vol betekent dit jaar niet dat bezoekers niets te doen hebben, want er zijn tien zalen in gebruik. We wilden het bewust democratisch houden, dus



mensen kunnen niet intekenen op bepaalde sprekers. Wat we wél gaan doen zijn een aantal besloten lunchsessies met Egbert Jan van Bel, Marco Derksen en Onno Ponfoort van Berenschot.

Kunt u enkele opvallende sprekers noemen?

Een lukrake greep: Marc van der Chijs van Spil Games Asia/Tudou, Jack Mama van Philips, Bart Bosma van Heineken, Erik Kessels van KesselsKramer en Ton van Laarhoven van Heineken. Ook zijn er dit jaar jongere sprekers uitgenodigd: Ernst-Jan Pfauth van *nrc.next*, Renée Peters van de Positioneringsgroep en Polle de Maagt van Cafe del Marketing.

Naast lezingen zijn er ook andere sessies. Vertel...

Er zijn speeddate-sessies, waaraan de bezoeker interactief kan deelnemen. Het is meer dan een rondje korte tafelsprekken, want de deelnemers kunnen eerst uitleggen waar ze voor staan en krijgen daarna feedback.

En dan is er de beursvloer.

Die is dit jaar strakker georganiseerd en ruimer van opzet. Het aanbod is groter en diverser, er is veel meer te zien. Een voorbeeld: ilse media verzorgt de hele dag live interviews. Ronnie Overgoor en Joris van Heukelom stellen vanuit een professioneel ingerichte studio vragen aan de sprekers van die dag, die vervolgens weer te zien zullen zijn op de websites van Marketingfacts en *Marketing-Tribune*.

Hoe zit het met de aanmeldingen?

Die gaan ruim twee keer zo hard als vorig jaar. Iedereen kan zich gratis inschrijven.

Hoe bent u zelf betrokken geraakt bij de organisatie van de Nationale Marketingdag?

Ik begon in 2007 een eigen bedrijf, nadat ik ruim twintig jaar ervaring in uitgeven en evenement-organisatie had opgedaan bij onder andere Reed Elsevier en Media Business Press. Met *Marketing-Tribune* filosofeerde ik over een mogelijke spin-off van het blad. We besloten de Nationale Marketingdag te positioneren met een zeer sterk inhoudelijk programma, aangevuld met een interessante beurs. Het doel: een feest voor de branche op de helft van het jaar, maar dan met inhoud.

Tot slot - wie zou u volgend jaar absoluut willen uitnodigen?

Van de wensenlijst voor dit jaar heeft 99 procent van de sprekers 'Ja' gezegd. Het komende jaar volgen nieuwe ontwikkelingen, waaruit weer nieuwe, actuele sprekers naar voren komen die hopelijk ook weer graag mee willen werken.

Meer informatie over het programma, de beurs en de inschrijfmogelijkheden zijn te vinden op www.nationalemarketingdag.nl.