

Marketingfacts wordt partnership van NIMA en BBP Media

23-02-2018 09:36



NIMA wordt strategisch partner en mede-eigenaar van bloggersplatform Marketingfacts. In praktische zin houdt de samenwerking in dat de beroepsvereniging voor professionals in marketing, communicatie en sales vanaf deze week plaatsneemt in de hoofdredactie om van daaruit samen met uitgever BBP Media te werken aan het uitbouwen van een kennisplatform over marketing in het Nederlands taalgebied, met een stevige focus op innovatie en marketing als strategische functie.

Martin Huisman, voorzitter van NIMA: "Sinds de oprichting van Marketingfacts in 2002 is dit als vakmedium uitgegroeid tot dé plaats waar wordt gepubliceerd en gediscussieerd door het vak zélf. Wij lezen al jaren mee, om het zo te zeggen. De Marketingfacts-redactie faciliteert bijdragen, werpt zelf discussies op, maar richt zich van oudsher vooral ook op relevantie voor marketing. Aanvankelijk vooral op het digitale en online-marketingdomein, maar zeker in de afgelopen vijf jaar is de focus daarnaast steeds meer op marketingmanagement en -strategie komen liggen. Veel NIMA Members publiceren momenteel al geregeld op Marketingfacts."

Autonoom platform voor vakdiscussies

Belangrijk uitgangspunt bij de gesprekken tussen BBP Media en NIMA was het in stand houden van de dynamiek en het autonome karakter van Marketingfacts, dat wordt gevuld en geschreven door de aangesloten bloggers.

"Marketing verandert en opvattingen over marketing veranderen ook", zegt Huisman hierover. "Nieuwe kennis en insights leveren een competitief voordeel bij het uitoefenen van het vak. Dat maakt discussies over marketing ook zo relevant voor professionals met ambitie. Members van NIMA, maar ook marketeers die om welke reden dan ook niet bij NIMA zijn aangesloten, voeren op verschillende niveaus en op verschillende platformen gesprekken en voeren discussies. Soms op het scherpst van de snede, soms in de vorm van echte crowdsourcing. Dat is boeiend en helpt ons allemaal om verder te komen. De wens om ideeën en standpunten uit te wisselen kennen we ook van Marketingfacts en dat past bij NIMA."

Marketingfacts wordt kennisinstituut

Paul Petermeijer, directeur van BBP Media: "Marketingfacts heeft de afgelopen vijftien jaar een enorm bereik en reputatie verworven in de marketingwereld en we zijn toe aan de volgende stap. In de snel veranderde wereld van marketing en communicatie willen we nog meer een kennisinstituut zijn voor de marketeer en daarvoor hebben we een stevige partner aan boord in de vorm van NIMA met een grote achterban en natuurlijk veel kennis. Marketingfacts-oprichter Marco Derksen en ook de laatste content director Bram Koster zijn meegenomen in dit traject en zijn net als wij blij met deze volgende stap."

De hoofdredactie wordt in de komende periode ingevuld door Jeroen Mirck van BBP Media en Luuk Ros van NIMA. Beiden hebben een flinke staat van dienst bij verschillende marketingvakmedia (onder meer MarketingTribune, Emerge, Adformatie en Tijdschrift voor Marketing). Na een periode waarin beide partijen de dagelijkse operatie van Marketingfacts oppakken, wordt in samenspraak met de M!-community, NIMA Members en Community's een plan uitgewerkt om de ontwikkeling van het platform verder gestalte te geven.