

Thema: Van Analyse naar Actie

Van Analyse naar Actie - Stellingen

- “De informatie die ik krijg is niet actionable”
- Targetsetting op marktaandeel is achterhaald, het gaat om de achterliggende drivers (zoals bv loyalty, bekendheid etc)

- Stelling “Target setting op basis van Marktaandeel als enige marketing metriek is achterhaald”
- Antwoord: Ja en nee, marktaandeel blijft belangrijk kerngetal maar is zeker niet het enige waar men naar moet kijken (marktaandeel als dagkoers, getallen functioneren in context)
- Stelling: “De informatie die je krijgt is niet actionable”:
- Soms is actionability niet direkt nodig: er valt veel waarde toe te voegen in het beschikbaar stellen, beschrijven en distribueren van informatie zonder direct op de stoel van de marketeer plaats te nemen, maar hier kun je ook heel anders over denken (informatie ook altijd afhankelijk van vraagstelling, positie van vraagsteller)