



MARKETING TROONREDE

UITGESPROKEN VOOR MARKETEERS

1

Stelling:

Een onderneming kan nog altijd prima zonder standpunten in maatschappelijke discussies.

2

2

Stelling:

Winstgevendheid is voor een onderneming belangrijker dan sociaal-maatschappelijke impact.

3

3

Stelling:

In tijden van recessie blijft er van de sociale en duurzame idealen van een onderneming vaak niets over.

4

4

Stelling:

Het is de verantwoordelijkheid van de marketeer om de onderneming na te laten denken over haar impact op de maatschappij.

5

5

Stelling:

Het is een goed idee om in marketingboodschappen te communiceren over de negatieve impact van de onderneming.

6

6

Stelling:

Ondernemingen moeten hun excuses aanbieden voor negatieve impact van hun ondernemingsactiviteiten uit het verleden.

7

7

Stelling:

Marketeers missen ondernemerschap.

8

8

Stelling:

Marketeers moeten durven polariseren met hun maatschappelijke boodschap.

9

9

Stelling:

Sociaal-maatschappelijke impact is belangrijker dan ecologische impact.

10

10

Stelling:

De marketingtroonrede is niet meer nodig.

11

11

Stelling:

Klantgerichtheid (stelling toevoegen).

12

12



MARKETING **TROONREDE**

UITGESPROKEN VOOR MARKETEERS