



[Zoek](#)

[Mijn PIM](#)

Sterk Digitaal Merk van Ingmar de Lange wint PIM Marketing Literatuur Prijs 2022

Algemeen 24 november 2022 om 18:45 door PIM Redactie

'Duurzaam Online Shoppen' van Heleen Buldeo Rai is 'De Bewustmaker' van 2022

Sterk Digitaal Merk van Ingmar de Lange wint PIM Marketing Literatuur Prijs 2022



Het boek '*Sterk Digitaal Merk*' is door de jury van de PIM Marketing Literatuur Prijs verkozen tot hét marketingboek van 2022. Auteur Ingmar de Lange, merkstrateeg bij zijn bureau Mountview, heeft met zijn recente publicatie een vernieuwend en degelijk onderbouwd boek over merkbouw neergezet. De jury prijst Ingmar om zijn dappere persoonlijke stellingname, de durf om zijn goed onderbouwde visie te delen en de heldere vertaalslag van strategisch merkdenken naar het digitale domein. De kracht van dit boek is gelegen in de behandeling van veel onderwerpen waar marketeers nu mee worstelen, zoals branding in relatie tot Artificial Intelligence, Big data, growth marketing en performance marketing. En dat alles in een zeer toegankelijke schrijfstijl. 'Sterk Digitaal Merk' is zowel een must read voor alle marketeers als voor ervaren brand managers.

Het boek geeft een waardevolle en integrale visie op moderne merkenbouw. In circa een derde van boek gaat Ingmar specifiek in op hoe merken het meeste kunnen halen uit digitaal. Het grootste deel van het boek gaat echter over hoe brandmanagement veranderd is het afgelopen decennium. Sterk Digitaal mMerk is een geweldige update op het gebied van brandmanagement en is een mooie aanvulling op de klassieke brandmanagement boeken van o.a. Keller en Ries.

Juryvoorzitter Hans Molenaar (Beeckestijn Business School): "Het was dit jaar een lastige jurering. Het lijkt erop dat de coronacrisis zowel bekende als onbekende auteurs aan het schrijven heeft gezet. Dat leverde achteraf gezien een heel divers aanbod marketingboeken om te lezen op. "You can't judge a book by its cover." We mochten constateren dat sommige boeken een wat misleidende titel hadden en anderen zichzelf daarmee weer tekort deden. Uiteindelijk hebben we een geweldige line-up gezien en was de discussie over de top drie intens en waardevol.

Top 3 marketingboeken van 2022

PIM reikte de PIM Marketing Literatuur Prijs voor de 20^e keer op rij uit. Vandaag was dat tijdens een bijeenkomst bij auteursrechtenorganisatie Buma/Stemra in Hoofddorp. Aanwezigen konden bij de boekpresentaties kennismaken met het gedachtegoed van [alle genomineerden](#) en netwerken met andere deelnemers.

De top-3 marketingboeken van 2022 zijn (in alfabetische volgorde van titel):

- 'Duwtje in de juiste richting', Joyce Croonen en Liza Luesink
- 'Sterk Digitaal Merk', Ingmar de Lange
- 'The future of shopping', Jorg Snoeck en Pauline Neerman

'Duwtje in de juiste richting' en 'The future of shopping' scoorden allebei hoog op zowel vernieuwing als praktische toepasbaarheid.

Nieuwe categorie 'De Bewustmaker' toegekend aan 'Duurzaam Online Shoppen'

De 'Bewustmaker' is voor het eerst als categorie aan de Marketing Literatuur Prijs toegevoegd. PIM wil graag auteurs op het podium zetten die op eigenzinnige wijze een specifiek onderwerp behandelen dat niet altijd 'typisch marketing' is, maar wel van invloed op het marketingvak is. 'Duurzaam Online Shoppen' is zo'n boek. De jury vindt het een boek "dat alle e-commerce managers zouden moeten lezen". Het boek behandelt het vraagstuk van de implicaties van het toenemende online winkelen. Van verpakkingsmateriaal tot het realiseren van een maatschappelijk bewustwordingsproces bij shoppers en shops. De maatschappelijke insteek is concreet en helder omschreven in ieder hoofdstuk. Heleen Buldeo Rai (België) behaalde in 2019 haar doctoraat in toegepaste economische wetenschappen aan de Vrije Universiteit Brussel. Ze is actief in het academisch onderwijs.

Charelle Akihary, voorzitter van Platform Innovatie in Marketing: "Veel dank aan de juryleden die dit jaar bepaald hebben welke marketingboeken marketeers écht moeten willen lezen. De diversiteit binnen de 10 genomineerde boeken laat zien dat iedereen de handschoen kan oppakken om te innoveren en het verschil te maken. Dat de jury dit jaar een eervolle vermelding toe heeft gekend aan Heleen Buldeo Rai voor haar boek 'Duurzaam online shoppen' benadrukt het groeiende belang van een duurzaamheidsperspectief binnen bedrijven. Dit sluit naadloos aan bij PIM's missie om samen te innoveren en betekenisvolle impact te maken."

Over de PIM Marketing Literatuur Prijs

De PIM Marketing Literatuur Prijs is een aanmoediging voor auteurs uit het Nederlandse taalgebied om hun visie en expertise aangaande marketing in de breedste zin van het woord aan het papier toe te vertrouwen. Daardoor stellen de auteurs marketeers in staat om nog beter in hun vak te worden. De jaarlijkse award werd in 2003 voor het eerst werd uitgereikt door PIM. Een deskundige jury let op het innovatieve gehalte van de gepresenteerde visie, de mogelijke impact daarvan en de toepasbaarheid voor de lezer.

Jury PIM Marketing Literatuur Prijs 2022

Voorzitter van de jury is Hans Molenaar, directeur Beeckestijn Business School. De overige juryleden, in alfabetische volgorde van voornaam, zijn:

- Arend-Jan Nijhuis, managing partner NICM
- Brecht Janssen, senior adviseur LVWB Fundraising

- Dorien van der Heijden, adviseur en interim manager strategie en innovatie (winnaar PIM Marketing Literatuur Prijs 2021)
- Egbert Jan van Bel, auteur en adviseur (winnaar PIM Marketing Literatuur Prijs 2004)
- Frank van Delft, directeur CIM7
- Max Kohnstamm, beleidsmedewerker Life Skills
- Monique Brand Flu, programmamanager service development Buma/Stemra en adviseur customer excellence
- Ruud Frambach, hoogleraar marketing Vrije Universiteit Amsterdam (winnaar PIM Marketing Literatuur Prijs 2018)
- Shira Winterkamp, partner Marketing Queens

Andere trendrapporten

Algemeen

Charelle Akihary (Heijmans) nieuwe voorzitter Platform Innovatie in Marketing

06 oktober 2022

Op 1 november start Charelle Akihary (Heijmans) als voorzitter van het bestuur van Platform Innovatie in Marketing (PIM). Zij volgt hiermee Yvonne Nas...

Algemeen

Dit zijn de tien nominaties voor de PIM Marketing Literatuur Prijs 2022

04 oktober 2022

Tien boeken zijn genomineerd voor de PIM Marketing Literatuurprijs 2022. Platform Innovatie in Marketing (PIM) wil met deze prijs de innovatieve ontwi...

Ontvang onze laatste events en insights in je mailbox

Voornaam*

E-mailadres*

Aanmelden

- [Twitter](#)
- [Linkedin](#)