

Marketeersnetwerk groeit

# Womane in trek

■ OUT-OF-HOME

**BEESD - Womane, het eerste netwerk in Nederland dat zich specifiek richt op vrouwelijke (trade) marketeers van fabrikanten, grossiers en outletorganisaties die actief zijn in het out-of-homekanaal, is in trek. Marketeers van zo'n twintig bedrijven zijn al lid.**

Womane staat voor Women Marketeers Network en is een initiatief van Marketing4Results. Reden voor oprichting van het netwerk is dat bestaande netwerken zich óf met name op de business to consumer aspecten van het marketingvakgebied richten óf met name op het bedrijven van sales in het out-of-homekanaal. Womane is anders

doordat het (trade)markeeters die in de business to business omgeving werken de mogelijkheid biedt elkaar te ontmoeten en kennis en ervaringen te delen. "Hier blijkt behoefte aan. De eerste bijeenkomst bij het Taste Center van kruidenspecialist Intertaste op 10 november werd druk bezocht. Tijdens de bijeenkomst stond het kennismaken met elkaar centraal", aldus Janka Dekker van Marketing4Results. De positieve reacties komen ook tot uiting in de inschrijvingen. Marketeers van in totaal zo'n twintig bedrijven zijn al lid, waaronder Aviko, Chiquita, Douwe Egberts Coffee Systems, Franchise Friendly Concepts, FrieslandCampina, MARS, Nestlé Professional en Unilever Foodso-



**De eerste bijeenkomst van Womane in Nijkerk was een succes. Een groot aantal vrouwelijke marketeers was aanwezig.**

lutions. In 2010 organiseert Womane vier activiteiten die variëren van het sparren over een actueel thema tot een inspiratietoer bij Servex. Dekker: "Het thema dat tijdens deze toer centraal staat, is de P van Promotie. Hierbij willen we

met elkaar buiten de bekende paden treden. We gaan het dus niet hebben over prijskortingen, spaaracties, kansacties en premiums, maar over joint promotions, virale marketing, affiliate marketing, social media en mobiele marketing."