

Boekrecensie 'Het Marketingwiel'

Het Marketingwiel. Met zo'n titel kun je twee kanten op. Of de schrijver vindt het marketingwiel uit, óf de schrijver schrijft op wat alle andere uitvinders van het 'marketingwiel' al hebben uitgevonden. Het werd dat laatste. En misschien is dat maar goed ook. Het Marketingwiel is een boek met handige tips en voorbeelden over een succesvol marketingplan.

Ik kan goed begrijpen dat de één die het boek heeft gelezen het helemaal geweldig vindt, terwijl een ander Het Marketingwiel het liefst in de prullenbak zou gooien. Want wat moet je nu precies verwachten van een boek met de titel 'Het Marketingwiel' en de ondertitel 'In 7 stappen een succesvol marketingplan'? Dat je als ondernemer die niets heeft met marketing en communicatie na het lezen van dit boek een succesvolle marketingstrategie tevoorschijn tovert?

Ik denk het niet. Dat is waarschijnlijk ook niet het doel van management- en marketingadviseur Sjors van Leeuwen. Het Marketingwiel maakt lezers wel bewust van het belang van marketing. Het geeft theorie en handvatten die een ondernemer zelf naar zijn eigen dienst of product moet vertalen en er zijn eigen draai aan moet geven. De voorbeelden uit de praktijk vullen die gedachte mooi aan. Die vertalen de theorie namelijk naar de praktijk en dat maakt het boek begrijpelijk voor iedere lezer.

Die praktijkvoorbeelden maken het boek ook interessant voor de marketeers en communicatiespecialisten die niet geloven dat Het Marketingwiel nog iets belangrijks te bieden heeft. Voor hen is het een alleraardigst naslagwerk om zo nu en dan eens door te bladeren om te kijken welke theorieën op welke manier in de praktijk zijn toegepast in succesvolle campagnes.

Voor startende ondernemers, zzp'ers en mkb'ers is het een leuk boek om eens door te lezen om te zien wat er nu eigenlijk schuilt achter al die bekende marketingcampagnes. Van het bepalen van de doelgroep tot de daadwerkelijke uitvoering: Het Marketingwiel geeft op een luchtige manier inzicht in de in dit geval 7 stappen van een succesvol marketingplan.

"People don't want to buy a quarter-inch drill! They want a quarter-inch hole!" Dit soort quotes, waar het boek vol mee staat, tonen op een voor iedereen begrijpelijke manier aan waarom verschillende onderdelen in een marketingplan belangrijk zijn. Kortom: relevante theorie, interessante voorbeelden en een leuk verhaal komen samen in het boek.

Ik geef Het Marketingwiel 4 sterren met als kanttekening dat ik geen baanbrekend 'marketingwiel' verwachtte. Voor wie dat wel doet, zal Het Marketingwiel geen 4 sterren waard zijn.

Ben je een startende ondernemer en heb je nog een plekje vrij op je verlanglijstje voor de goedheiligman? Volgens mij is Het Marketingwiel een goede inspiratiebron en geeft het een aantal leuke adviezen en praktische handvatten. Bij mij blijft Het Marketingwiel in ieder geval nog wel even op de boekenplank staan.

Pascal Biesterbos

6 november 2012

Deze recensie verscheen eerder op Hallo! van de Kamer van Koophandel.