



- [Home](#)
- [Nieuws](#)
- [Branding](#)

Magazine Consumer & Trends  
dinsdag, 17 november 2009 (14:19)

## Tien vragen aan Patrick Petersen (auteur Handboek Online Marketing)

Patrick Petersen is online marketeer, operationeel consultant, trainer-spreker, schrijver, auteur, blogger, videojournalist (Marketingfacts, Dutchcowboys, Marketinginnovatie, Biggespijker) en eigenaar van AtMost, AtMost.TV & Educator. Zijn recent verschenen Handboek Online Marketing staat op de shortlist van de Pim Marketingliteratuurprijs. Tien vragen, tien antwoorden.

- [Abonneer nu](#)
- [MediaTribune](#)



### 1. Je noemt je laatste boek een leerzame tocht langs zoekmachinemarketing, e-mailmarketing, social media marketing, mobiele marketing en video advertising. Leerzaam voor wie?

Leerzaam voor iedereen die 'iets' met online marketing doet, leerzaam voor docenten en studenten van een marketingopleiding waarbij online marketing zijn intrede doet en leerzaam voor de professional die op zoek is naar 'haakjes' en modellen om zijn of haar MarCom-plan overtuigingskracht mee te geven. Daarnaast daag ik de lezer uit via Twitter of de blog [www.handboekonlinemarketing.nl](http://www.handboekonlinemarketing.nl) verder te discussiëren over de inhoud van het boek en vooral de toepasbaarheid.

### 2. Hoe kwam het tot stand?

In 1997 ben ik afgestudeerd (Communicatie te Utrecht) op 'de Integratie van internet binnen de marketing- en communicatiemix van grote organisaties in Nederland'. Dit was de basis van nieuwbakken marketingmodellen en positionering van het middel internet als primair en doelgericht marketingmiddel. In 1998 ben ik als online marketing docent begonnen om aldaar mijn eigen modellen in de praktijk te laten landen bij opleiders als Appoint/ Competence Factory, Lectric, LearnIT, Computrain en later ook Beeckestijn en Educator. Dit deed ik samen met het in de praktijk werken als online marketeer, voor onder andere Trendhopper, Ikea, Jensen, Delta, Heijmans, Bouwfonds, SNS, Roterogroep. Deze praktijkervaring samen met de basismodellen vormen het praktisch uitgangspunt voor het Handboek Online Marketing (HOM). Er is geschreven over een periode van twee jaar. Ook het samenstellen van de aanvullende video's is gebeurd over een periode van 2-3 jaar. In de tussentijd heb ik veel geblogd met theorieën en modellen om zo te kijken hoe een en ander landt in de kritische marketingwereld. Als docent en consultant heb ik nauwelijks online marketingboeken kunnen vinden die op een aannemelijke, praktisch manier de toepasbaarheid van online instrumenten behandelden. Teveel blablabla, weinig toepasbaarheid en praktische inzichten. Het gevaar van een Handboek over Online Marketing is het feit dat elke zich tot expert uitgeroepen marketeer er alles aan zal doen om je bevindingen af te breken. Dat gevaar neem ik voor lief en moet je voor lief nemen als je het vakgebied vooruit wil helpen. Het HOM is gefundeerd op een aanpak die bewezen succes kent. Niets meer, niets minder.

### 3. Wat voor nieuwe modellen kunnen we verwachten?

Modellen op het gebied van vertalingen van de offline naar online marketing, modellen die de vroegere 4P's benoemen naar 4C's als vertrekpunt voor een online mix en diverse modellen op het niveau van online instrument zoals iFACT en S.O.C.I.A.L.

### 4. Kan je in een paar zinnen het tot de verbeelding sprekende bloem-model uitleggen?

Het model S.O.C.I.A.L. brengt de voorwaarden in kaart waar een organisatie aan dient te voldoen wil deze zich verdienstelijk in de social media duiken. Social media is niet even een kwestie van wat bloggen, twitteren en wat interactie er tegenaan gooien maar een 'state of mind'; de organisatie zal een hernieuwd klantdenken moet gaan ontwikkelen. De O van Openheid de C van Collaboratie en de L van Learning zijn factoren die in een bedrijfscultuur aanwezig dienen te zijn alvorens iets met Social media te gaan doen. Zie de [discussie op MarketingFacts](#).

### 5. Waarom denk je dat je handboek genomineerd is voor de Pim Marketingliteratuurprijs?

Fris, bevat nieuwe modellen, praktisch inzetbaar, theorie gekoppeld aan de praktijk, cases op retail, corporate, b2b en b2c gebied en voor het eerst de 'leef' om een online aanpak en strategie te omkaderen in modellen en checklists. Het boek kent een update middel waar managers, docenten en andere gebruikers van het boek diverse presentaties, voorbeeldvideo's, interviews en cases kunnen downloaden.

### 6. Een hele eer, wat verwacht je ervan?

Een eerlijk oordeel van een professionele jury die de toepasbaarheid van het winnend boek anno 2009/ 2010 op een juiste manier kan inschatten met gevoel voor de actuele marketingregels van succes.

### 7. Wie van de genomineerden moet de prijs winnen?

Het volgens de jury beste boek met aantoonbare bijdrage voor de marketing.

### 8. Wat vind jij het beste marketingboek van 2009 en waarom?

'Alle 13 goed!' Omdat deze net als het Handboek Online Marketing de instrumenten behandelt op een non-sense manier en maar met één doel: scoren met je online marketingmix.

### 9. Wat heeft de toekomst in online marketing?

Het vakgebied op een niveau brengen dat het aantoonbaar resultaat geeft maar vooral draagvlak kent bij midden en hoger kader management. Spijtig wordt de serieuze inzet van online marketing nog niet altijd op hoog niveau gedragen wat de nodige politieke weerstand met zich meegeweet.

### 10. Waar ben/ ga je nu mee bezig?

Naast het intensief bezig zijn met AtMost.nl, AtMost.TV, het bloggen, twitteren en lesgeven en spreken ben ik met een marketingboek bezig gericht op het optimaliseren van online conversie. Opnieuw geschreven vanuit diverse praktische modellen. Dit gezien het feit dat voor de online marketeer 'accountability' steeds meer een rol gaat spelen. De blablabla-cultuur is voorbij in online marketingland. Het aantoonbaar scoren met een overwogen online mix van middelen heeft de toekomst.

Reacties, verdere discussie en/ of aanvullingen ziet Petersen graag op [www.twitter.com/online marketer](http://www.twitter.com/online marketer).

Gerelateerde artikelen:

## Zoeken

 


### De Pickwick Gardens Hyve - Co-creatie

Hyves biedt ieder merk de mogelijkheid om in contact te komen met haar fans. Dit heeft Pickwick op het idee gebracht

## Vacatures

- [Product Manager for AkzoNobel Salt Specialties](#)
- [Senior Online Marketeer Nokia](#)
- [Manager Productmanagement](#)
- [E-Commerce Manager Interhome](#)
- [Product Manager](#)

## Columnisten

- [Marc van Eck](#)
- [Matthijs](#)
- [Randy Dukdaff](#)
- [Richard van Nieuwenhoven](#)

In MarketingTribune 2

## MarketingTribune nieuws

- [Netto bestedingen televisiereclame in 2010 naar € 863 mrd](#)
- [Top 5 belangrijkste merkeigenschappen Generatie Y](#)
- [Making Sense](#)
- [MoneYou introduceert 'Social Sparen' in Nederland](#)
- [Ikea en het gat tussen pijn en plezier](#)
- [VARA voorzitter Cees Korvinus treedt per vandaag af](#)
- [ASN Bank voor het eerst op tv](#)
- [Grolsch stopt met thuistap Cheersch](#)
- [JCDecaux: 'Een banner kun je niet in de fik steken'](#)
- [50 Jaar NOS. Hoe verder?](#)

- [Twaalf vragen aan Marinde van Leeuwen over Marketing & Design](#)
- [Elf vragen aan Ingrid Archer over het B2B MarketingForum](#)
- [Zes vragen aan Herman ten Cate van 100% NL](#)
- [Negen vragen aan Yuri Deutekom van Eliza was here](#)
- [Negen vragen aan MTV's Bas de Kuiper over MTV Mobile](#)
- [Twaalf vragen aan Stephan Fellinger \(SpinAwards\)](#)
- [Twaalf Vragen aan Thomas Beekman \(Belmondo.nl\)](#)
- [Elf vragen aan Thomas Schuurmans van Reggs](#)
- [Twaalf vragen aan Niels Oskam \(Rank a Brand\)](#)
- [Tien vragen aan Oele Steenks van Reader's Digest](#)
- [Vijf vragen over de Prijs aan prof. Frambach](#)
- [Acht vragen over Flow](#)
- [Zeven vragen aan Wilfried Gradus \(manager marketing & sales Alice\)](#)
- [Tien vragen aan Leontine van den Bos](#)
- [Tien vragen aan Patrick Petersen \(auteur Handboek Online Marketing\)](#)
- [Acht vragen aan Maarten Kuypers van Qreamteam](#)
- [Tien vragen aan Bjorn Veenstra \(werkenbijmerken.nl\)](#)
- [Elf vragen aan Mathys van Abbe \(MobyPicture\)](#)

18 Reacties • Categorie: [E-Commerce](#)



## Reacties

[Jos Wade](#) dinsdag, 17 november 2009, 22:10

Gefeliciteerd! Als je deze man volgt op twitter dan heb je de hele totstandkoming meegemaakt. De blog is handig.

[Floris Tenholter](#) dinsdag, 17 november 2009, 22:31

Aangezien ik Patrick via Twitter vaak spreek, herken ik zijn antwoorden. Dankzij het leveren van bepaalde diensten aan Patrick ben ik in het bezit gekomen van het HOM. Het HOM beschrijft niet alleen de hedendaagse techniek van marketing maar geeft ook een goede geschiedenis van marketing. Voeg daarbij de nieuwe en essentiële vormen van marketing en in feite heb je daarmee al een heel belangrijk onderdeel van het HOM.

Daarnaast is het boek zeer prettig om te lezen. Daar ik niet alle andere boeken heb gelezen welke kans hebben op de PIM Marketingprijs, wordt het voor mij zeer moeilijk om hier een eerlijk oordeel over te vellen. Wel is het boek dusdanig opgebouwd dat elke serieuze online marketeer hier iets aan heeft.

Wel zou ik graag nog van Patrick willen weten hoe hij de waarde van Twitter inschat als het gaat om online marketing over - bijvoorbeeld - 2 jaar. Is Twitter dan nog uniek qua marketing en bevat het 'die' aanpak die vele andere social media sites momenteel missen? Of is Twitter zichzelf voorbij gestreefd en wordt Twitter enkel gebruikt om jezelf te promoten en leads te genereren?

[Marc Johannes](#) dinsdag, 17 november 2009, 22:34

Gefeliciteerd met de nominatie! Ik heb hem aangeschaft en ontvangen en vooral onder de indruk van de luchtige vormen en design. Leest prettig!

[Sief Kerkhofs](#) dinsdag, 17 november 2009, 22:46

Gefeliciteerd Patrick, met je nominatie! Ik hoor dat ze op Avans blij zijn met je boek 😊

[Patrick Petersen](#) dinsdag, 17 november 2009, 22:56

@Floris Hier het antwoord., met wat uh.. reclame erbij 😊 Bron:  
<http://www.onlinemarketeer.tv/onlinemarketing/2009/10/28/een-gids-voor-het-zakelijk-gebruik-van-twitter/>

Microblog Twitter is onderdeel van de zogenaamde social media. Het Handboek Online Marketing besteedt op een zakelijke manier veel aandacht aan social media waar het relativeren van de populaire microblog Twitter vitaal is. Twitter kan niet zomaar gestuurd worden. Het gaat om meningen, acceptatie en gemeenschappen. Dit verdient een gids hoe het te gebruiken.

Meer op <http://business.twitter.com/twitter101>

[Elskamp](#) woensdag, 18 november 2009, 0:50

Gefeliciteerd met de nominatie Patrick!  
Ben inmiddels toch wel nieuwsgierig naar het boek geworden... de no-nonsense aanpak klinkt iig als een goede insteek!

[Marten van Hoogdalem](#) woensdag, 18 november 2009, 10:07

Goed gedaan gozer! Proficiat! Ik heb ooit lessen bij je gevolgd en toen vertelde je al over de plannen voor dit boek(in 2006?). Ga hem zeker lezen!

[Patrick Petersen](#) woensdag, 18 november 2009, 10:48

Dank voor de steun en reacties! De uitreiking vindt de 24e november 2009 plaats in de VU te Amsterdam vanaf 18 uur.

Volg mij op <http://www.twitter.com/onlinemarketeer> ik Twitter die avond in geuren en kleuren. Ja.. ook als het

Handboek Online Marketing geen literatuurprijs wint 😊

[Patrick Petersen](#) woensdag, 18 november 2009, 10:50

Gevalletje van 'koffie..' :(  
de juiste spelling is: <http://www.twitter.com/onlinemarketeer>

[rogier van der maat](#) woensdag, 18 november 2009, 16:19

Gefeliciteerd Patrick, mooie letters!!! en nominatie natuurlijk...

[Petra Luliano](#) vrijdag, 20 november 2009, 14:36

## Marcom-headlines

- 📰 [Vacature: E-Commerce Professional bij Sundio Group](#)
- 📰 [NBA's Nets Tap Translation to Burnish Move to Brooklyn](#)
- 📰 [Is de HP Touchpad eerste serieuze concurrent voor de Kindle?](#)
- 📰 [U.K. Commission Rules Journalists Can Report on Twitter](#)
- 📰 [Lastig, jongeren roken bijna niet meer](#)
- 📰 [Drexler, Fajen Start Media Agency Consultancy, Attn: Media](#)
- 📰 [Jongeren starten massaal eigen bedrijf](#)
- 📰 [Remember That Heavily Hyped Q&A Startup? Wait, It's Still Alive](#)
- 📰 [Belangrijke update Facebook Ads](#)
- 📰 [Amir Kassaei to Take Over Global Chief Creative Post](#)

## Link Love

- [AmsterdamAdBlog](#)
- [Idealize](#)
- [Lovely Package](#)
- [Marketing Executive Center \(MEC\)](#)
- [Platform Innovatie in Marketing](#)
- [Versereclame.nl](#)
- [YouAdDaily](#)
- [Young Marketing](#)

Abonneer je nú op Bright magazine en ontvang

**4 nummers**  
voor €10

FOLLOW...

Ik heb het boek de afgelopen week in de trein zitten lezen. In een woord: geweldig!  
Qua marketing opleiding is mijn achtergrond academisch, maar qua marketing ervaring weer behoorlijk hands-on. Dit boek vult de goede leerste voor mensen die praktisch met online marketing aan de slag willen maar ook wat theoretische achtergrondkennis zoeken. Fantastisch vind ik de Do's en Don'ts in het boek. Die kun je meteen in je bedrijf inzetten!

Proficiat Patrick!! En we Twitteren!

---

[website builder](#) zaterdag, 23 oktober 2010, 11:52

Great interview! Lots of new information that I've get. Hope there would be many more good posts like this.

---

[Doyle Brunson](#) zaterdag, 13 november 2010, 3:04

Daarnaast is het boek zeer prettig om te lezen. Daar ik niet alle andere boeken heb gelezen welke kans hebben op de PIM Marketingprijs, wordt het voor mij zeer moeilijk om hier een eerlijk oordeel over te vellen. Wel is het boek dusdanig opgebouwd dat elke serieuze online marketeer hier iets aan heeft.

---

[watch movies online](#) donderdag, 23 december 2010, 19:03

Wel zou ik graag nog van Patrick willen weten hoe hij de waarde van Twitter inschat als het gaat om online marketing over - bijvoorbeeld - 2 jaar. Is Twitter dan nog uniek qua marketing en bevat het 'die' aanpak die vele andere social media sites momenteel missen? Of is Twitter zichzelf voorbij gestreefd en wordt Twitter enkel gebruikt om jezelf te promoten en leads te genereren?

---

[youtube to mp3 converter](#) vrijdag, 24 december 2010, 10:27

Het boek kent een update middel waar managers, docenten en andere gebruikers van het boek diverse presentaties, voorbeeldvideo's, interviews en cases kunnen downloaden.

---

[iscsi initiator windows xp](#) maandag, 27 december 2010, 16:14

Gefeliciteerd! Als je deze man volgt op twitter dan heb je de hele totstandkoming meegemaakt. De blog is handig.  
<http://www.iscsi.name/>

---

[antivirus online](#) dinsdag, 28 december 2010, 16:45

O especial de Halloween dos Simpsons é uma tradição que já dura 21 anos e, neste ano, um dos blocos do desenho foi dedicado ao fenômeno Crepúsculo. Batizado de "Treehouse of Horror" (Casa na Árvore do Terror), o episódio fez uma paródia de leve do vampiro Edward.

---

[burner](#) woensdag, 05 januari 2011, 16:26

Ook het samenstellen van de aanvullende video's is gebeurd over een periode van 2-3 jaar. In de tussentijd heb ik veel geblogd met theorieën en modellen om zo te kijken hoe een en ander landt in de kritische marketingwereld. Als docent en consultant heb ik nauwelijks online marketingboeken kunnen vinden die op een aantrekkelijke, praktische manier de toepasbaarheid van online instrumenten behandelden.

## Reageren

Name:

Email:

Location:

URL:

Smileys

Onthoud mijn persoonlijke informatie

Stuur mij een mail bij een nieuwe reactie

Submit the word you see below:



Pagina 1 van 1

---

**Nieuws per thema**  
[Branding](#)  
[Consument & Trends](#)  
[Creatie](#)  
[Reclame & Media](#)

**Extra**  
[Respons eventmonitor](#)  
[Battle of the Brands](#)  
[Merkenrullenkak 2011](#)

**Service links**  
[Colofon](#)  
[Disclaimer](#)  
[Privacy statement](#)  
[Abonneren](#)

**Andere uitgaven**  
[MarketingFacts](#)  
[SponsorTribune](#)  
[Holland Management Review](#)  
[Vakblad](#)

[CRM](#)  
[Product Development](#)  
[E-Commerce](#)  
[Direct Marketing](#)  
[MTXL](#)

[Jaarabonnement](#)  
[Proef](#)  
[Studenten](#)  
[Nieuwsbrief](#)  
[Nieuwsbrief - afmelden](#)  
[VacatureTribune](#)  
  
[Abonneer Magazine](#)  
[Abonneer Nieuwsbrief](#)

