Dit is een onderdeel van het boek Marketing en accountability, 2e druk geschreven door Rien Hummel en uitgeven door Academic Service, ISNB 978 90 395 2666 8, © Academic Service

Bronnen van de citaten

"Ik weet dat de helft van mijn reclame-uitgaven verspild zijn en niets opleveren, ik weet alleen niet welke helft"
John Wanamaker, warenhuis magnaat uit Philidelphia
Bron: Frambach, R. en Leeflang, P., 2009, *Marketing aan de top, 10 problemen, oorzaken en oplossingen*, Pearson Education Benelux (Financial Times/Prentice Hall)

"We zijn de 'dure' jongens die alleen 'leuke' dingen doen, marketingdiscipline is niet in de hele organisatie verweven wat wel zou moeten"
Citaat uit Grote Marketing enquête 2005
bron: Hielkema, R., Bosveld, K., Eilander, E. en T. van Vugt, 2005, Grote Marketing Enquête 2005: Internet is helemaal terug, maar de marketeer blijft zoeken, *Tijdschrift voor Marketing*, juli/augustus 2005

"Men heeft in marketing een beetje te vaak de tovenaarstroef gespeeld. Marketing doet altijd of alles magie is"
Byron Sharp
Bron: Heeg, R. (tekst) en A. Jager (beeld). 2011, Professor Sharp: 'ze fantaseren er op los in de marketing', Tijdschrift voor Marketing, mei 2011

"Wat mij stoort is dat we Marketing te weinig accountable maken en dat het te weinig verankerd is in de organisatie"
Eric Waarts
bron: Redactie Tijdschrift voor Marketing, Nieuwe bestuursleden NIMA: Marketing nu meer dan ooit nodig, *Tijdschrift voor Marketing*, september 2005

"Verder moeten marketingmiddelen efficiënter, effectiever en verantwoorder worden ingezet, en moeten resultaten consequenter worden gemeten en beoordeeld"
Theo Slaats
bron: Slaats, T., Meer waarde halen uit marketinginvesteringen, *Tijdschrift voor Marketing*, juni 2005

"Heeft marketing nog toekomst?'
Peter Leeflang
Bron: *Holland Management Review*, nummer 99, 2004.

"Marketing takes a day to learn, but a lifetime to master"
Philip Kotler
Bron: Wierenga, B en E. de Waarts, 2005, Marketing is nog nooit zo spannend geweest, *Tijdschrift voor Marketing*, april 2005.

"Mummy, I get bored. Lucky you my Child! That's were creativity is born."
Sophie van der Stap,
Bron: Sophie van de Stap, Er mag geen enkele minuut verloren gaan, NRC-Next, 6 maart 2012

"You know what luck is? Where preparation meets opportunity."
Brian Farley, coach Nederlands Honkbalteam in 2011,
Bron: Een vandaag, Nederland 1, 20 december 2011.

"Many well-paid marketers are operating with wrong assumptions, so they are making mistakes, and wasting money, without even knowing it."
Byron Sharp,
Bron: Byron Sharp, 2011, *How Brands Grow*, Oxford University