

Leuk hoor, zo'n experience. Maar wat levert het op?

24-01-2019 12:48



Meten is weten, behalve in het geval van experientemarketing. Het succes daarvan laat zich niet zomaar omrekenen naar keiharde euro's, aldus brandingexpert Paul Stanway. "Als we serieus gaan nadenken over meetmethodes, dan moeten we van de gedachte af dat er een standaardmethode bestaat."

Mathijs Schiffers