

Blockchain reactions

Citation for published version (APA):

Stallone, V. (2024). *Blockchain reactions: the marketing trek from knowledge to decision*. [Doctoral Thesis, Maastricht University]. Maastricht University. <https://doi.org/10.26481/dis.20240508vs>

Document status and date:

Published: 01/01/2024

DOI:

[10.26481/dis.20240508vs](https://doi.org/10.26481/dis.20240508vs)

Document Version:

Publisher's PDF, also known as Version of record

Please check the document version of this publication:

- A submitted manuscript is the version of the article upon submission and before peer-review. There can be important differences between the submitted version and the official published version of record. People interested in the research are advised to contact the author for the final version of the publication, or visit the DOI to the publisher's website.
- The final author version and the galley proof are versions of the publication after peer review.
- The final published version features the final layout of the paper including the volume, issue and page numbers.

[Link to publication](#)

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

If the publication is distributed under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license above, please follow below link for the End User Agreement:

www.umlib.nl/taverne-license

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at:

repository@maastrichtuniversity.nl

providing details and we will investigate your claim.

Blockchain Reactions:

The Marketing Trek from Knowledge to Decision

SUMMARY

This dissertation serves as a guide on the marketing trek from knowledge to decision, focusing on the transformative potential of blockchain technology (BCT). By steering through a series of interconnected chapters, inspired by the overarching framework of Rogers et al.'s (2014) innovation-decision process presented in chapter one, the study uncovers various stages of reactions to blockchain within the realm of marketing and digital advertising.

Chapter two lays the initial markers on this trek by systematically unpacking the terrain of BCT in marketing. As a fundamental reference, it offers scholars and practitioners the knowledge base needed to explore this burgeoning field.

The journey progresses with chapter three, which moves beyond foundational knowledge and employs data-driven methodologies to catalyze a more nuanced understanding of BCT in marketing. This stage is pivotal for stakeholders, serving as a waypoint that helps transition from mere awareness to actionable insights.

Chapter four redirects the compass towards the complex environment of digital advertising. It illuminates the new pathways that BCT can carve out in an industry otherwise governed by traditional key players, fostering a reconsideration of strategy among late adopters.

The fifth chapter provides empirically-supported frameworks to guide stakeholders contemplating a full-scale adoption of BCT. This last stretch of the trek offers the empirical constructs required to make informed, decisive actions in integrating blockchain solutions.

Together, these chapters create a dynamic roadmap for the adoption of BCT in marketing and advertising, marking a journey from foundational knowledge to actionable decisions, which result in a set of implications for theory, managers, and society, presented in chapter six. In doing so, chapters bridge academic research and practical implementation, paving the way for future treks into unexplored territories of blockchain applications.

This dissertation cohesively ties these various stages, offering both a panoramic view and a focused roadmap for this transformative technology. It bridges existing gaps and provides actionable insights and outlines a cohesive agenda for future research, subtly reinforcing the trek from knowledge to decision that is central to understanding and leveraging BCT's potential.

Reacties op Blochchain:

De Reis door het Marketingproces van Kennis tot Besluit

SAMENVATTING

Deze dissertatie fungeert als een gids voor het marketingproces van kennis tot besluit, met een focus op het vermogen verandering te bewerkstelligen van blockchain-technologie (BCT). Door middel van een reeks met elkaar verbonden hoofdstukken geïnspireerd door het overkoepelende raamwerk van Rogers et al.'s (2014) innovatie-besluit proces zoals besproken in hoofdstuk 1, laat deze dissertatie diverse fases van reacties op blockchain op het gebied van marketing en digitaal adverteren zien.

Hoofdstuk 2 zet de eerste stappen op deze route van het marketingproces door systematisch het vakgebied van BCT in marketing uit te leggen. Dit is de basis die academici en praktijkbeoefenaars de fundamentele kennis biedt die nodig is om deze opkomende discipline te verkennen.

De reis gaat verder in hoofdstuk 3, waarin datagestuurde methodologieën gebruikt worden om een meer genuanceerd begrip van BCT in marketing te verkrijgen. Deze fase is van groot belang voor stakeholders omdat het fungeert als een mijlpaal in de transitie van louter bewustzijn naar praktisch toepasbare inzichten.

Hoofdstuk 4 kijkt naar de complexe omgeving van digitaal adverteren. Het wijst op nieuwe mogelijkheden die door BCT gecreëerd kunnen worden in deze industrie die normaal beheerst wordt door traditionele hoofdrolspelers. Dit kan ervoor zorgen dat late gebruikers hun strategieën heroverwegen.

Het vijfde hoofdstuk bespreekt empirisch onderbouwde raamwerken die stakeholders kunnen begeleiden in het grootschalig toepassen van BCT. Dit hoofdstuk biedt constructen aan die nodig zijn om goed geïnformeerde acties te ondernemen voor het integreren van blockchain-oplossingen.

Samen vormen deze hoofdstukken een dynamische kaart voor het toepassen van BCT in marketing en adverteren. Door de reis vanaf fundamentele kennis tot aan uitvoering te

beschrijven, volgt uit deze hoofdstukken het resultaat in hoofdstuk 6: een reeks van gevolgen voor theorie, managers en de maatschappij als geheel. Hierdoor verbinden de hoofdstukken de verschillende velden van academisch onderzoek en praktische implementatie, wat de weg vrij maakt voor toekomstige ontdekkingsstochten naar onbekende blockchain-toepassingen.

Deze dissertatie verbindt de verschillende fases en biedt niet alleen een brede kijk op deze vernieuwende technologie aan, maar ook een concreet stappenplan. Het overbrugt bestaande kloven en presenteert praktisch toepasbare inzichten. Ook schetst het een samenhangend plan voor toekomstig onderzoek, waardoor het voorzichtig de ontwikkeling van kennis naar beleid ondersteunt die centraal staat bij het begrijpen en onderbouwen van het potentieel van BCT.