

SWOCC Nieuwsbrief – Oktober 2011

Column Pim van der Linden: Moet je willen dat iedereen meezingt?

Onlangs werd ik door een collega geattendeerd op de recente IPA (Institute of Practitioners in Advertising) studie *New Models of Integration: Plugging the advertising effectiveness gap*, gepubliceerd medio 2011. Vanuit een database van...

Lees verder in de [SWOCC-column](#) van [Pim van der Linden](#), lid van de Raad van Advies van SWOCC en Brand & Business Consultant bij [DDB](#).

Boekpresentatie Eye-catching (SWOCC 57)

Hoe komt het dat je sommige advertenties niet eens opmerkt, terwijl andere wel in het oog springen? Anders gezegd: wat maakt dat een tijdschriftlezer wel of juist niet naar een advertentie kijkt? In een interactieve bijeenkomst op **dinsdag 22 november** behandelt Scriptieprijswinnares [Sophie Boerman](#) de advertentie- en contextkenmerken die de aandacht trekken of afleiden. Voor haar onderzoek – dat in november wordt uitgebracht als [57e SWOCC publicatie](#) - analyseerde zij de oogbewegingen van lezers. Hiervoor gebruikte zij eye-tracking data verzameld door [Intomart GfK](#), gastheer voor deze bijeenkomst. Het resultaat: een lijst van concrete en wetenschappelijk onderbouwde aanbevelingen voor een succesvolle magazineadvertentie.

Naast een presentatie van Sophie's onderzoeksresultaten zal Lex van Meurs ([Intomart GfK](#)) u inwijden in de wereld van het eye-tracken. Gastsprekers zijn Karin Schut ([MediaCom](#)) en Nancy Detrixhe ([Magazines.nl](#)), die u meer vertellen over de facts & figures van de Nederlandse tijdschriftmarkt en de praktische kant van het plannen van een geslaagde magazinecampagne.

Heeft u zich nog niet aangemeld? Wees er dan snel bij! Schrijf u in door een e-mail te sturen naar info@swocc.nl. LET OP: deze bijeenkomst is exclusief voor begunstigers.

Speciale eye-tracking demo voor bezoekers boekpresentatie

Genodigden van SWOCC krijgen de unieke kans om zelf te ervaren hoe het is om achter een eye-tracker te zitten. Benieuwd waar uw ogen zich op fixeren? Na afloop van de bijeenkomst is er een demonstratie. Het is ook mogelijk om uw eigen advertentie te laten testen. Stuur hiervoor uiterlijk op 4 november een duidelijke scan (jpeg) van de twee opengeslagen tijdschriftpagina's inclusief de advertentie naar info@swocc.nl.

Meer over de boekpresentatie:

- [uitnodiging](#)
- [aankondiging op swocc.nl](#)
- [LinkedIn event](#)

Save the date: afscheidsrede Fred Bronner

Altijd met één been in de praktijk, en één been in de wetenschap. De afgelopen veertig jaar heeft [Fred Bronner](#) onophoudelijk gebouwd aan de brug tussen wetenschap en praktijk. Zijn rol als praktijkman vervulde hij bij Veldkamp; wetenschap beoefende hij als hoogleraar Media- en Reclameonderzoek aan de UvA. Bij SWOCC – waar hij sinds 1999 actief is – kwamen zijn twee werelden samen.

Op **1 december 2011** gaat Bronner met emeritaat. In zijn afscheidsrede beschrijft hij de flirt tussen wetenschap en praktijk. Hij geeft voorbeelden waarin ze een succesvol huwelijk met elkaar aangaan, maar ook voorbeelden waarbij de kloof tussen beide

liefdespartners pijnlijk zichtbaar is. Met zijn jarenlange ervaring en kennis zoekt hij bovendien naar een mogelijke verklaring voor het slagen of mislukken van de romance.

De rede zal worden uitgesproken op donderdag 1 december 2011, om 15.00 uur in de Aula der Universiteit. Begunstigers ontvangen binnenkort een persoonlijke invitatie, maar noteer de datum nu vast in uw agenda.

SWOCC raadt aan

In haar bekroonde scriptie toont Sophie Boerman aan dat de redactionele context van een tijdschriftadvertentie de visuele aandacht van de advertentie kan afleiden. Een recent verschenen artikel van Chang in Journal of Advertising gaat in op een andere interessante vraag met betrekking tot de context van tijdschriftadvertenties: "Hoe zijn de omringende artikelen van invloed op de *waardering* van advertenties en geadverteerde merken, en wat is de invloed van individuele persoonskenmerken hierbij?"

Klik [hier](#) voor een samenvatting van dit artikel.

Nieuwe begunstigers

De afgelopen maand heeft SWOCC er weer drie nieuwe begunstigers bij gekregen! We bedanken [Mr Cooper](#), [ABOVO Media](#), [Plantijn Hogeschool](#) en onze overige [begunstigers](#) voor hun steun.

U ontvangt deze nieuwsbrief omdat u begunstiger bent van SWOCC of omdat u zich hiervoor heeft aangemeld. Wilt u een collega aanmelden voor de nieuwsbrief, stuur dan een e-mail met zijn of haar gegevens naar info@swocc.nl. Wilt u de nieuwsbrief niet meer ontvangen, stuur dan een e-mail naar info@swocc.nl met het onderwerp *unsubscribe*.