

## SWOCC Nieuwsbrief – Maart 2011

### Column Joost Augusteijn: Een merk zonder idealen heeft geen toekomst

Een merk hoort een ideaal en een visie te hebben. Zodat het een antwoord kan geven op de vraag 'wat kom je doen op deze wereld?' Managers die hierop antwoorden '(veel) geld verdienen' hebben de rol van hun onderneming niet helemaal begrepen. De sterkste merken zijn namelijk niet ontstaan om makkelijk geld te verdienen. Ze zijn ontstaan uit de idealen van de oprichter. In avonduren, op zolder, met de laatste centen en een lening bij vrienden en familie bouwden ze aan hun ideaal...

Lees verder in de [SWOCC-column](#) van [Joost Augusteijn](#), Brand Strategist bij de Rabobank en lid van de [Raad van Advies](#) van SWOCC.

### SWOCC onderzoekssubsidie: organisatie merk en social media

SWOCC heeft een onderzoekssubsidie toegekend aan communicatiewetenschapper [Joost Verhoeven](#) van de Universiteit van Amsterdam (UvA). Hij zal onderzoek gaan doen naar de invloed van medewerkerscommunicatie via sociale media op de reputatie van de organisatie. Joost is gekozen op basis van het voorstel dat hij hiervoor heeft gemaakt. Het onderzoek is onderdeel van het project [organization branding](#). Het onderzoek start dit voorjaar en wordt in november 2011 gepresenteerd.

### SWOCC op reis

Sinds de oprichting in 1995 probeert SWOCC wetenschappelijke kennis over merken en reclame te vertalen naar praktische toepassingen. In Nederland zijn we daarmee nog altijd tamelijk uniek, maar in een internationale context bevinden we ons inmiddels in goed gezelschap. Tal van wetenschappelijke conferenties proberen een brug te slaan tussen de academie en de praktijk. De bekendste is de *Thought Leaders Conference in Brand Management*, die afgelopen maand plaatsvond in Lugano. SWOCC was erbij toen onder het adagium 'A meeting of the minds' 160 wetenschappers en practici uit 24 landen bijeenkwamen om de laatste inzichten op het gebied van merkmanagement met elkaar te delen. Een breed scala aan onderwerpen kwam aan bod: internal branding, third places, brand relationships, logo's, sensory branding, social media, CSR enzovoorts. Zie [hier](#) voor een overzicht en abstracts van de gepresenteerde papers. Mocht u geïnteresseerd zijn in een paper, neem dan contact op met SWOCC via [info@swocc.nl](mailto:info@swocc.nl).

### Nieuwe begunstigers

De afgelopen maand heeft SWOCC er weer twee nieuwe begunstiger bij gekregen! We bedanken [Mare&Co](#), de [Hogeschool Rotterdam](#) 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](mailto:info@swocc.nl). Wilt u de nieuwsbrief niet meer ontvangen, stuur dan een e-mail naar [info@swocc.nl](mailto:info@swocc.nl) met het onderwerp *unsubscribe*.