

SWOCC Nieuwsbrief – Mei 2010

Column John Faasse: Inhaken bij Oranje

De prijs voor de beste inhaker op het WK voetbal van 2010 is wat mij betreft al vergeven aan de commercial 'huwelijksaanzoek' van Amstel bier. Dat komt ook doordat mijn schoonzusje de dag nadat ik deze reclame voor het eerst zag aankondigde dat ze ging trouwen...op 10 juni. Haar aanstaande echtgenoot bezweert bij hoog en bij laag dat de huwelijksreis niet naar Zuid-Afrika gaat maar naar Terschelling...

Lees verder in de SWOCC-column van John Faasse, directeur van Uitbijter en lid van de Raad van Advies van SWOCC.

Verslag boekpresentatie Het succes van idealen

Commerciële communicatie kent niet alleen commerciële toepassingen.

Gezondheidsvoorlichting, bijvoorbeeld, maakt gebruik van veel theorieën en technieken die ook gangbaar zijn in reclame, maar de doelstellingen zijn doorgaans weinig commercieel. Om deze reden rept ook de Universiteit van Amsterdam tegenwoordig liever van *persuasive* communicatie. SWOCC gaat hierin graag mee. Zelf ook een succesvol goed doel (...) toonde SWOCC op 17 mei 2010 hoe goede doelen het gebruik van hun merk kunnen optimaliseren. De goedbezochte middag werd afgetrapt met het onderzoek naar merkoriëntatie bij goede doelen van SWOCC-onderzoeker Natascha Kooiman. Aangevuld met bijdragen van praktijkmensen van verschillende, goede doelen-aanverwante disciplines werd het een middag van uitzonderlijk hoog niveau. Het uitgebreide verslag leest u [hier](#).

In verwachting

Hoewel SWOCC dit jaar al twee onderzoeken op de wereld heeft gezet, is het nog altijd in verwachting van een zesling. Wat kunt u de komende maanden van ons tegemoet zien?

* Binnenkort verschijnt in de vorig jaar in het leven geroepen *Working Papers* serie een studie van UvA promovenda Lotte Willemsen. "Not all created equal" is een onderzoek naar inhoudskenmerken van online consumer reviews, en wat deze (on)bruikbaar maakt.

* In september publiceert de Antwerpse professor Patrick de Pelsmaecker in het kader van het Giep Franzen fellowship zijn onderzoek naar *fear appeals* – een veelgebruikt marketing- en voorlichtingstechniek. * In november presenteert Doran van Veenendaal haar langverwachte studie naar *de toekomst van bereik*. Hierin vraagt zij zich onder meer af of "bereik", de huidige *currency* in het afrekenen van media-inzet, nog wel volstaat. * In januari 2011 staat vervolgens het *customer insight* project van Isabella Voskuyl gepland. Dit onderzoek introduceert een raamwerk voor de integratie van klantinzichten in bedrijfsprocessen en managementkeuzes. * Inmiddels is het project over reclameontwikking opgestart; de publicatie wordt medio 2011 verwacht.

Uit de kast: Sportsponsoring in beeld

Vorig jaar lag het belangrijkste stuk weg van Spanje kortstondig in...Assen. Amsterdam werd onlangs een aantal dagen overgenomen door cameraploegen van de RAI - uit Italië. En komende juli ligt Rotterdam voor even niet aan de Maas, maar aan de Seine.

"Nederland fietsland" is in trek bij de grote wielerskoersen, en Nederlandse wielrenners doen het goed. Bauke Mollema laat van zich spreken tijdens de Giro d'Italia, en van Robert Gesink worden grootste dingen verwacht in de Tour de France. Ook op voetbalgebied zijn de verwachtingen hooggespannen. Terecht, want onlangs becijferde ING dat winst op het WK Nederland € 700 miljoen (0,25%) aan economische groei zou opleveren. ING is samen met acht andere bedrijven hoofdsponsor van Oranje, dat tevens zes *suppliers*, drie mediapartners en een community partner heeft. Hoeveel van deze sponsors weet u op te noemen? Waarschijnlijk niet veel.

In mei 2008 verscheen SWOCC publicatie #43, "*Sportsponsoring in beeld*". In deze veelgelezen en -geprezen publicatie geeft Marjolein Doets een praktisch overzicht van de

succesfactoren en valkuilen van sportsponsoring. Eén van haar aanbevelingen: mijn clutter. Want “wanneer sporters voor een bord worden geïnterviewd met tachtig logo’s, ziet de consument geen één logo”. Benieuwd naar de andere aanbevelingen? U kunt de publicatie aanvragen via info@swocc.nl.

Nieuwe begunstigers

De afgelopen maand heeft SWOCC er weer acht nieuwe begunstigers bij gekregen! We bedanken [WorkWise](#), [Avans Hogeschool LIC](#), [Scheepens reclame adviseurs](#), [Buzzcapture](#), [Koninklijke Vopak](#), [Oxfam Novib](#), [Leger des Heils](#), [Kraan Communicatie](#) 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*.