

Programma

Symposium 15 jaar SWOCC

10.30 Ontvangst

11.00 Welkomstwoord
door Piet Verhoeven,
directeur SWOCC

Blok 1 – Merk & Mens

11.15 **Daan Muntinga**
De bouwstenen van sociale
merken

11.30 **Johan van Rekom**
Van certificatie naar
communicatie – het effect
van certificatielogo's op
aankoopintentie

11.45 **Anke Wonneberger**
Op de hoogte blijven: twee
decennia nieuws kijken in
Nederland

12.00 **Ivar Vermeulen**
The chill factor: over
emotionele muziek en
reclame-effectiviteit

12.15 **Peeter Verlegh**
Het gebruik van incentives om
word of mouth te stimuleren

12.30 Learnings Merk & Mens

12.45 Lunch

Blok 2 – Merk & Organisatie

13.30 **Guda van Noort**
Online vrienden bepalend
voor overtuigingskracht SNS
campagnes

13.45 **Peter Kerkhof**
Crisis PR op Facebook

14.00 **Suzanne Janssen**
De waarde van kernwaarden:
Twee studies naar kennis,
houding en gedrag van
medewerkers ten opzichte
van kernwaarden

14.15 **Lotte Willemsen**
Humanizing online brand
communications: the effects
of webcare in response to
negative word of mouth

14.30 **Joyce Karreman**
De verschillende onderdelen
van het jaarverslag; waar
baseren lezers hun oordeel op?

14.45 Learnings Merk & Organisatie

15.00 Pauze

Blok 3 – Merk & Communicatie

15.30 **Bo van Grinsven**
Because there are sprinters and
marathon runners

15.45 **Friederike Schultz**
Crisis communication in social
media environments: on the
interplay of public relations,
media, reputation and shares

16.00 **Hilde Voorveld**
Media multitasking en de
effectiviteit van crossmedia
campagnes

16.15 **Jos Hornikx**
Het effect van vreemde talen in
reclame op de waardering van
productkenmerken

16.30 **Simone de Droog**
Making healthy fun! De inzet
van (merk)figuurtjes om
groente en fruit aantrekkelijker
te maken voor kleuters

16.45 Learnings Merk & Communicatie

17.00 Uitreiking scriptieprijs door
Peter Neijens

17.15 Borrel