

## SWOCC Nieuwsbrief – Februari 2008

### Column Marjolein Moorman: De Engelsen hebben geen SWOCC

Sommige lezingen blijven je lang bij, de meeste kan je maar beter snel vergeten. Jaren geleden maakte een lezing van Paul Feldwick veel indruk op mij. Tijdens een wetenschappelijk reclamecongres sprak deze Engelse reclameman zijn verbazing uit over het beperkte aantal praktijkmensen in de zaal. Een snelle telling leerde dat tussen alle wetenschappers, maar een handjevol toehoorders zich met de praktiserende kant bezig hield. "Onze beroepsgroep interesseert zich blijkbaar niet voor nieuwe wetenschappelijke inzichten", concludeerde Feldwick verwonderd. "In andere beroepsgroepen zou dit toch niet kunnen? Wie zou er behandeld willen worden door een arts die al jaren zijn vakliteratuur niet had bijgehouden?"

Lees verder in de [SWOCC Column](#) van [Marjolein Moorman](#), directeur van SWOCC en universitair docent op de UvA.

### Zojuist verschenen: Reclamebriefing

Deze week verschijnt bij SWOCC het onderzoek '[Reclamebriefing: een goede brief is het halve werk](#)', door drs. [Tamara van der Peet](#). In het onderzoek is het briefingsproces belicht vanuit verschillende perspectieven (adverteerder, account, strategie en creatie), waardoor vele mogelijke knelpunten konden worden blootgelegd. SWOCC presenteert een model dat kan worden gebruikt om het briefingsproces structureel beter in te richten. Een model dat past binnen de huidige trend van co-creatie.

De publicatie bevat nog meer praktische handvatten waarmee professionals een briefingstraject kunnen trotseren. Zo is een *Brief Toolbox* opgesteld - met de standaardelementen van een goede brief, toelichting op het belang van deze elementen en tips om een inspirerende brief te schrijven - en geeft SWOCC de tien gouden briefregels. [Lees verder...](#)

### Daan Muntinga begonnen bij SWOCC

Per 1 februari is [Daan Muntinga](#) begonnen als onderzoeker bij SWOCC. Daan is op dit moment bezig met het afronden van zijn afstudeerscriptie Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam. De dopingaffaires in het wielrennen inspireerden hem tot het schrijven van een onderzoek naar de invloed van [negatieve publiciteit](#) op het imago van sportsponsors. Bij SWOCC zal hij zijn scriptie herschrijven tot een publicatie. In de nabije toekomst zal hij voor SWOCC onderzoek verrichten naar hoe organisaties gebruik maken van nieuwe media.

### 200<sup>ste</sup> SWOCC begunstiger

Met het toetreden van vastgoedonderneming [Vesteda](#), heeft SWOCC afgelopen maand de grens van 200 begunstigers gepasseerd. Niet alleen voor SWOCC goed nieuws, maar een duidelijk teken dat de branche professionaliseert en meer gefundeerd te werk gaat.

De laatste jaren heeft het aantal bedrijven dat SWOCC steunt een enorme vlucht genomen. In drie jaar is het aantal begunstigers verdubbeld. [Giep Franzen](#) is als oprichter zeer tevreden: "In 12,5 jaar is SWOCC groot gegroeid. Het bewijst dat er erkenning is voor het nut en de kwaliteit van ons onderzoek en dat heeft ons vak hard nodig". Hij voegt hier aan toe "de groep [begunstigers](#) is bovendien zeer breed. Alle categorieën zijn vertegenwoordigd. Dat is uniek!" [Lees verder...](#)

Naast Vesteda heeft SWOCC deze maand nog drie nieuwe begunstigers mogen verwelkomen. [Garden Retail Services](#), [MediaCom](#) en [SharkWise](#).