

SWOCC Nieuwsbrief – Maart 2009

Column Majorie Dijkstal: De design emotie

Sinds kort mogen we officieel stellen dat Nederland in een recessie zit. Aan jaren van groei en toenemend consumptiegedrag lijkt abrupt een einde te zijn gekomen. Hoewel het besteedbare inkomen van veel Nederlanders er door dalende grondstofprijzen, prijzenoorlog en sociale lastenverlaging eerder op vooruit dan achteruit is gegaan, houdt men toch massaal de hand op de knip. De regering piekert zich suf over maatregelen om de bestedingsimpuls weer omhoog te krijgen. Nu kunnen we ons afvragen wat het effect kan zijn van rationele argumenten en ingrepen op een emotionele consumentenrespons...

Lees verder in de [SWOCC column](#) van [Majorie Dijkstal](#), lid van het curatorium van SWOCC, Strategy Director van design en communicatiebureau [Keja Donia](#) en gastdocent in de opleidingen Master of Brand Management en Design Management.

Aankondiging boekpresentatie "word-of-mouth"

Zegt het voort: op **donderdag 23 april** presenteert SWOCC haar 48^e publicatie! [Boris Nihom](#), strateeg bij [THEY](#), schreef voor SWOCC "Moet je horen... Een onderzoek naar de basis van positieve word-of-mouth". In de publicatie en de bijeenkomst staat centraal hoe kan worden voorspeld dat iemand positieve WOM verspreidt.

De bijeenkomst is exclusief toegankelijk voor begunstigers van SWOCC en vindt plaats van 15.30 tot 18.00 uur in [Odeon](#) in Amsterdam. U kunt zich aanmelden voor deze boekpresentatie door te mailen naar info@swocc.nl. Zodra u zich heeft aangemeld, ontvangt u een bevestiging en een routebeschrijving. Meld u snel aan, want er is slechts plek voor 70 geïnteresseerden.

Marjolein Moorman bevallen van een dochter

SWOCC directeur [Marjolein Moorman](#) is 10 maart voor de tweede keer moeder geworden, en wel van Evi. Moeder en dochter maken het goed. Marjolein zal in juli terugkeren van haar zwangerschapsverlof.

Uit de kast: SWOCC publicatie 29

Miljardenverliezen, bonussen, bomaanslagen en bezuinigingen. In wat een reactie lijkt op de serieuze economische en politieke omstandigheden vullen op de lach gerichte programma's de dagelijkse televisieprogrammering. Lachen is een ontlasting, even vluchten uit de ernstige realiteit. Er is veel onderzoek gedaan naar de werking en de effecten van humor. Maar (hoe) werkt humor in reclame? In 2004 bracht SWOCC hierover een publicatie uit: [Werking van humor in kaart gebracht](#). Nieuwsgierig? Begunstigers kunnen de publicatie aanvragen via info@swocc.nl.

Rectificatie publicatie 47

In de onlangs uitgebrachte publicatie 47 'Merkoriëntatie als succesrecept' is een fout geslopen. Het betreft het model 'Kenmerken en adviezen organisatietypen' uit de samenvatting op pagina V. In de bijlage treft u het correcte model.

Nieuwe begunstigers

De afgelopen maand heeft SWOCC er vier nieuwe begunstigers bij gekregen! We bedanken [de Nationale Postcode Loterij](#), [BU](#), [Newborn](#), de [Vrije Universiteit](#) en onze overige [begunstigers](#) voor hun steun.

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*.