

## SWOCC Nieuwsbrief – September 2008

### Column Leo van Sister: Ik heb geen tijd!

Branding staat alweer een tijd vrij hoog op de agenda van zowel marketeers als managers, en tóch merk je als merkadviseur dat professionals in toenemende mate zoekende zijn naar de nieuwe toekomst van merkcommunicatie. Iedereen is stervensdruk, vrij matig aanspreekbaar en gaat gebukt onder de korte termijn druk, terwijl onze leermeesters terecht stellen dat merken bouwen juist een zaak van de lange termijn is....

Lees verder in de [SWOCC column](#) van [Leo van Sister](#), lid van het SWOCC [curatorium](#), verbonden aan strategisch adviesbureau [Merkcommissarissen®](#) en managing partner van [The BrandFuel Academy](#).

### WPO "Onbewuste beïnvloeding ontraadseld"

Hoewel veelbesproken, hangt om het verschijnsel onbewuste beïnvloeding nog altijd een geheimzinnige sluier. Hoe werkt het en hoe kunnen onbewuste reclame-effecten worden gemeten?

Op **dinsdag 14 oktober 2008** van 13:00 tot 17:30 uur doet SWOCC er alles aan om het fenomeen voor haar begunstigers te ontraadselen. Voor deze 25<sup>e</sup> Wetenschap-Praktijk Ontmoeting heeft SWOCC in **het Trippenhuis** (KNAW) vijf aansprekende namen bijeengebracht: [Ap Dijksterhuis](#) (Radboud Universiteit Nijmegen; auteur van het veelgelezen en -geprezen boek 'Het slimme onbewuste'), [Gé Derksen](#) (IPM Research & Advies), [Andy Santegoeds](#) (RTL Nederland), [John Faasse](#) (Uitbijter) en [Fred van Raaij](#) (Universiteit van Tilburg).

Meld u snel aan, want het loopt storm en er is een beperkt aantal plaatsen. Aanmelden kan via [info@swocc.nl](mailto:info@swocc.nl); vermeldt hierbij de bedrijfsnaam en de namen van de deelnemers.

### SWOCC verrijking voor Communicatiewetenschap

Afgelopen zomer heeft een internationale visitatiecommissie, bestaande uit gerenommeerde wetenschappers, de kwaliteit van de verschillende onderzoeksscholen en -programma's van Communicatiewetenschap in Nederland beoordeeld. De Universiteit van Amsterdam is hierbij zeer goed uit de bus gekomen. De Amsterdam School of Communications Research (*ASCoR*) ontving een 'excellent' score en het onderzoeksprogramma 'persuasive communication' werd op alle onderdelen als 'very good' gekwalificeerd. De visitatiecommissie benadrukt hierbij de samenwerking met SWOCC als een zeer positief punt; een vermelding in onze nieuwsbrief méér dan waard! Voor meer informatie over de visitatie, klik [hier](#).

### Doran van Veenendaal begonnen bij SWOCC

Per 1 september is [Doran van Veenendaal](#) begonnen als onderzoeker bij SWOCC. Doran rondde onlangs haar studie Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam af. Voor haar afstudeerscriptie, getiteld 'De personalisatie van relatiemediën', onderzocht ze in hoeverre persoonlijke elementen in een digitaal relatiemedium voor een betere informatieverwerking zorgen. Doran spreekt en

kooft vloeiend Italiaans en schrijft bij SWOCC een publicatie over de **toekomst van mediabereik**.

### **Met SWOCC de recessie door**

Olieprijzen blijven maar stijgen, beurzen zijn continu in mineur, grootbanken vallen om en het kapitalisme schijnt te zijn "geïmplodeerd". Energiecrisis, klimaatcrisis, kredietcrisis: een wereldwijde economische recessie lijkt onafwendbaar. Maar, marketeers, laat uw nagels met rust en uw handen uit het haar, want ook in tijden van recessie kunt u bij SWOCC terecht. Hoe reageren consumenten op al deze ontwikkelingen? Voor learnings over consumentengedrag tijdens de vorige recessie bestelt u bij SWOCC publicatie 28: **Consumenten in magere tijden. Aldi Jam en Douwe Egberts Koffie**. Staat 'Consumenten in magere tijden' niet meer in uw boekenkast? Stuur ons een **e-mail** en wij zenden u graag nog een exemplaar.

### **Nieuwe begunstigers**

De afgelopen maand heeft SWOCC er weer twee nieuwe begunstigers bij gekregen! We bedanken **Nationale Nederlanden**, **De Haagse Hogeschool** 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](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*.