

# BrandGenetics®



## Activating the Brand

16 12 04

Brand Genetics is een kennisplatform voor strategische merkvraagstukken. Onder de vlag van Brand Genetics worden symposia en workshops georganiseerd. In deze activiteiten ligt de nadruk op het exploreren van nieuwe kennis en inzichten. Brand Genetics is een onderdeel van EURIB/ European Institute for Brand Management. Meer informatie is te vinden op [www.brandgenetics.nl](http://www.brandgenetics.nl) en [www.eurib.org](http://www.eurib.org).

Het congres 'Activating the Brand' met Jean-Noël Kapferer als key-note speaker is het negende congres dat Brand Genetics organiseert. Eerdere symposia hadden als onderwerp 'Brand Architecture' met David Aaker als key-note speaker (13 05 04), 'Merkenbeleid bij dienstverleners' met Leslie de Chernatony (12 02 04), 'The Power of Design in Branding' met Wally Olins (22 10 03), 'Branding & Emotion' met Marc Gobé (27 05 03), 'Re-inventing the brand' met Jean-Noël Kapferer (04 02 03), 'Het merk als business driver' met Klaus Brandmeyer (20 09 02), 'Internal branding' met Nicholas Ind (31 05 02) en 'Het merk in de Recessie' met Keith Ward als key-note speaker (18 01 02).



Het congres 'Activating the Brand' is tot stand gekomen in samenwerking met het BNO Platform Creating Brands



# BrandGenetics®




## Activating the Brand

Thema

Reclame is van hêt oudsher het instrument om merken te dynamiseren. Door de groei van het aantal media is de 'advertising clutter' sterk toegenomen, waardoor het steeds moeilijker - maar ook duurder - wordt om consumenten door middel van reclame te bereiken. Zyman en Brott (2003) spreken zelfs over 'the end of advertising as we know it'. De meeste marketingmanagers zijn opgegroeid in het marketing-communicatietijdperk en zien reclame nog steeds als de manier om merken te activeren. Langzamerhand wordt echter duidelijk dat er een *paradigma shift* optreedt, waarbij ook managers er van overtuigd raken dat er andere manieren zijn om een merk te dynamiseren. Innovatie, extensie, co-branding en design zullen naast reclame steeds meer worden ingezet om consumenten te prikkelen. Op het congres *Activating the Brand* staan deze alternatieve instrumenten om merken te activeren centraal.

Centrale vraag op het congres 'Activating the Brand' is hoe marketingmanagers innovatie, extensie, co-branding en design kunnen inzetten om hun merk te dynamiseren. Key-note speaker Jean-Noël Kapferer (HEC Business School, Parijs) zet het thema conceptueel uiteen. Daarna zullen drie case sprekers ingaan op de vraag hoe de Activating the Brand principes beslag krijgen in hun organisatie. Eric Quint – Senior director New Business van Philips Design – zal onder andere ingaan op de diverse partnerships die Philips tot nu toe is aangegaan (onder andere met Alessi, Nivea, Levi's en Unilever/ Robijn). Daarbij zal hij stilstaan bij de innovatiefilosofie van Philips die draait om de verhouding tussen 'business', 'technology' en 'people'. Procter & Gamble is een bedrijf dat van oudsher zijn merken bouwt en onderhoudt door 'advertising'. Recent is bij P&G sterker de nadruk komen te liggen op de rol van design en designmanagement. Wil Schoenmakers (P&G, Head Cre8 / Corporate R&D, UK) zal ingaan op het belang van design voor de merken van Procter & Gamble. Ten slotte zal Bart van Elsland het succes van de Nederlandse formule Australian Homemade uiteenzetten en ingaan op de rol van innovatie en design in deze. Van Elsland verwierf eerder bekendheid met het opzetten van de Bakker Bart formule.



16 12 04



# Programma

12:30-13:00 Reception and registration

13:00-13:15 Word of welcome and introduction on the theme by dr. **Rik Riezebos**  
(Brand Capital / EURIB)

13:15-13:30 Elaboration upon the theme by **Peter Kersten** (chairman of BNO and  
board member of BNO Platform Creating Brands)

13:30-14:30 Activating the Brand by prof. **Jean-Noël Kapferer** (HEC, France)

14:30-15:00 Case **Philips** by **Eric Quint** (Senior director New Business of Philips Design)

15:00-15:30 Coffee and tea break

15:30-16:00 Case **Procter & Gamble** by **Wil Schoenmakers** (Head P&G Cre8 /  
Corporate R&D, UK)

16:00-16:30 Case **Australian Homemade** by **Bart van Elsland** (chairman & owner)

16:30-17:00 Discussion, summary and closing

17:00-18:00 Drinks

The discussions will be moderated by **Tim Lunn**.

All the presentations will be given in English; the discussion will also be held in English.

The program can be subject to changes.



Locatie

Erasmus Universiteit (complex Woudestein) > Expo- en Congrescentrum

Burg. Oudlaan 50 > 3062 PA Rotterdam

Forumzaal M3-15 (M gebouw, derde verdieping, zaal 15)

Organisatiepartner



Dit programma is georganiseerd onder auspiciën van:



Sponsors

**MOUNTAIN® DESIGN**



**NykampNyboer**

MANAGING VISUAL PERFORMANCE