

18 01 02

 BrandGenetics
het merk in de recessie

Thema

Programma

Inschrijven

Organisatie
en Sponsors

Thema

Hoogconjunctuur? Laagconjunctuur? Wordt de recessie aangegrepen om een andere strategische koers te gaan varen? Of is het een excuus om in kosten te kunnen snijden? Veel factoren hebben invloed op hoe ondernemingen in de komende jaren met hun merkinvesteringen moeten omgaan. Niettemin is de keuze om te investeren of te desinvesteren in merken geen makkelijke beslissing. Een verkeerde beslissing kan leiden tot het vernietigen van het merkkapitaal dat in de voorbije jaren is opgebouwd en het verliezen van het 'competitive advantage' dat een merk heeft opgebouwd. Het eerste symposium uit de reeks Brand Genetics van het EBMC en Brandhorne gaat in op de relatie tussen het merk en financiële investeringen. Het goed begrijpen van de interface tussen merk en geld is de basis om een goede beslissing te nemen bij het besluit om te investeren of desinvesteren in het merk. Op die vraag biedt dit eerste Brand Genetics symposium een antwoord. De sprekers vormen een ideale mix van binnen- en buitenlandse expertise. De middag wordt afgesloten door een paneldiscussie met topmarketeers waarna er gelegenheid is het merknetafwerk te onderhouden tijdens een gezellige borrel.

Brand Genetics is een reeks symposia die het Erasmus Brand Management Center en Brandhorne samen organiseren. De Brand Genetics symposia zullen een antwoord geven op, en een platform bieden voor, actuele merkvragestukken.

Het eerste symposium in de reeks is 'Het merk in de recessie'. Het volgende symposium uit de Brand Genetics reeks heeft als onderwerp 'Internal branding' en zal plaatsvinden in mei 2002.

18 01 02

 **BrandGenetics**
het merk in de recessie

Programma

Programma

Inschrijven

Organisatie
en Sponsors

Thema

13h00 – 13h30 Ontvangst

13h30 – 14h00 De facts & figures en de definitie van recessie

Welkomstwoord door Dr. Rijk Riezebos

Directeur Erasmus Brand Management Center -

Managing Consultant Brand Capital Rotterdam

14h00 – 14h45 Life-cycle costing in financial evaluation and control of products and brands and the dilemma 'brands in an economic recession'

Prof. Dr. Keith Ward Cranfield Business School UK

Auteur: Financial Aspects Of Marketing (1989),

Management Accounting for Financial Decisions (1991),

Strategic Management Accounting (1992)

14h45 – 15h15 Pauze

15h15 – 16h00 Branding & Investments: de invloed van het merk op de waarde van het aandeel

Drs. Huub van der Riet RBA

Senior Global Equity Manager -

ING Investment Management

16h00 – 17h00 Interactieve paneldiscussie

Wat zijn de gevolgen van een laag- en hoogconjunctuur voor de Nederlandse markt en merken?

- drs. Martin van Kesteren MBA (moderator) - Grey Hare Consulting
- Mr. Frans Cornelis MBA, RM - Directeur Corporate Marketing - KPN
- Bob Steetskamp - Directeur Strategic Business Development - Campina
- drs. Karen Beuk - Hoofd Communicatiebeleid - Rabobank Groep
- drs. Richard Hugen - Directeur - IPM
- drs. Alfred E. Levi - Directeur - MM&MO
- drs. Otto van der Harst - Managing Director - PPGH/JWT Groep

17h00 – 18h00 Borrel & netwerken

18 01 02



BrandGenetics
het merk in de recessie

Organisatie
en Sponsors

Programma

Inschrijven

Organisatie
en Sponsors

Thema



www.brandhome.com

Organisatie



Erasmus Brand Management Center

BRAND CAPITAL®

Sponsors



PPGH/JWT

GROEP



Benelux Merkenbureau

18 01 02



BrandGenetics
het merk in de recessie

Inschrijven

Programma

Inschrijven

Organisatie
en Sponsors

Thema

Voornaam

Naam

Functie

Bedrijf

Telefoonnummer

Adres

Email

Inschrijving: EUR 150 excl. BTW

U kan online inschrijven. Zodra wij uw inschrijving hebben ontvangen, zal u per email een bevestiging ontvangen.

Het aantal beschikbare plaatsen is weliswaar beperkt, dus wacht niet te lang.

Submit