rijksuniversiteit groningen

faculteit economie en bedrijfskunde

Customer Insights Center



Voor marketingmanagers die resultaten willen zien

www.rug.nl/cic



Voorwoord

Terwijl bedrijven behoefte hebben aan meer kennis over klanten en hun gedrag (= Customer Insights), hebben wetenschappers behoefte aan onderzoeksgegevens over diezelfde klanten.

Daarom is door de Rijksuniversiteit Groningen het Customer Insights Center (RUGCIC) opgericht met als doel het ontwikkelen en delen van recente en relevante klantinzichten tussen bedrijfsleven en wetenschap.

Het doorgronden van dieperliggende klantinzichten vergt nieuw wetenschappelijk onderzoek rondom thema's als consumentengedrag, aankoopmotieven, klantenpsychologie, multichannel communicatiestrategie, social media, big data, klantdata, metrics, customer intelligence, klantwaarde, accountability, churn, loyaliteit, succesfactoren van implementaties, enzovoorts.

De resultaten van onze fact-based onderzoeken worden in de vorm van rapporten en opleidingen teruggegeven aan de vele toonaangevende bedrijven die al lid zijn van ons kenniscentrum.

Wij hopen jou met klantinzichten te inspireren!

Dr. Jelle T. Bouma
Directeur

Prof. dr. Jaap E. Wieringa
Research directeur

Prof. dr. Peter C. Verhoef
Oprichter

Waarom een Customer Insights Center?

Doelgerichte vertaling van klantdata naar klantinzichten

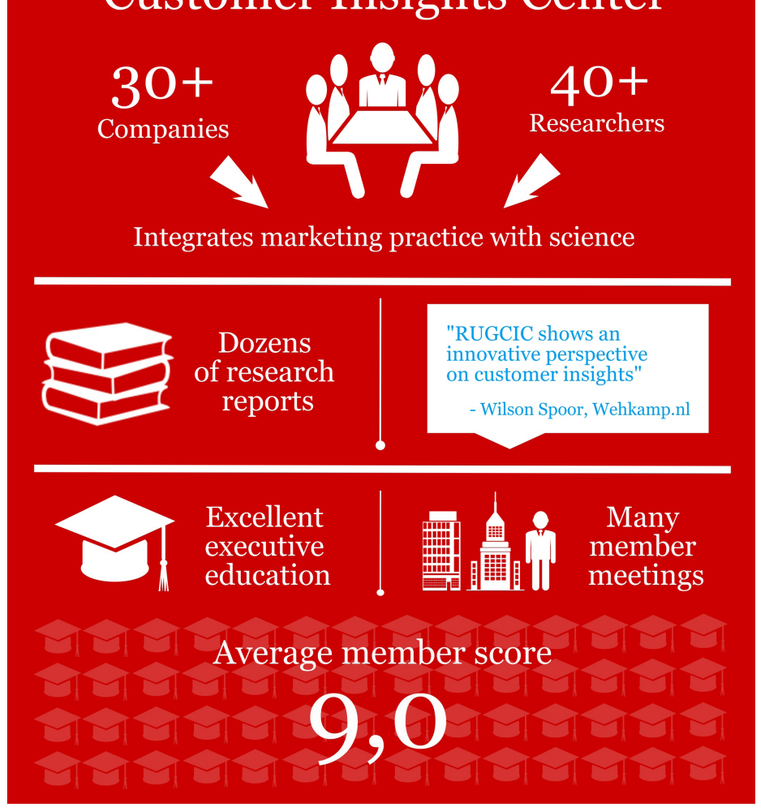
Voor bedrijven is kennis over klanten en hun gedrag (= Customer Insights) cruciaal bij de realisatie van een succesvolle marketingstrategie. Echter, markten en klanten zijn voortdurend aan veranderingen onderhevig. Daarover wordt meestal wel informatie verzameld, maar in de praktijk blijkt het vaak lastig om data te vertalen naar inzichten en beslissingen.

Stel, je wilt gefundeerde marketingbeslissingen nemen

- Wat zijn de trends en ontwikkelingen qua klantgedrag in Nederland?
- Hoe kunnen mijn medewerkers structureel bijblijven op het marketingvakgebied?
- Welke bewezen succesfactoren kan ik op klantgerichte projecten toepassen?

Daarvoor bieden wij onderbouwde markt- en klantkennis

1. Topklasse wetenschappelijke en praktijkrelevante klantinzichten.
2. Jaarlijks twee seminars over toepassingen van nieuwe ontwikkelingen.
3. Jaarlijks drie onderzoeksrapporten vol managementsamenvattingen.
4. Topopleidingen ter verbetering van de klantkennis van medewerkers.
5. Nieuwsflitsen vol klantinzichten gebaseerd op fact-based marktcijfers.
6. Kennismaking met bijna of recent afgestudeerde topstudenten.
7. Een netwerk van professionals ter klantkennisuitwisseling.



Voor marketingmanagers

realiseert het Customer Insights Center concrete klantkennis

Wetenschappelijke kwaliteit

Het Customer Insights Center (RUGCIC) bestaat uit tientallen onderzoekers die zowel nationaal als internationaal publiceren over klantinzichten. Ons kenniscentrum vormt een onderdeel van de Faculteit Economie & Bedrijfskunde van de Rijksuniversiteit Groningen. Wetenschappelijke kwaliteit staat daar voorop.

Onderscheidend vermogen

RUGCIC is geen commercieel adviesbureau, maar bouwt op non-profit basis aan lange termijn kennisuitwisseling met onze leden uit het bedrijfsleven. De nadruk ligt op een langdurige samenwerkingsrelatie, waarin stap voor stap klantinzichten worden opgebouwd en gedeeld.

Theorie vertaald naar praktijk

Vaak zijn wetenschappelijke publicaties over marketing, klanten en klantgedrag niet rechtstreeks geschikt voor implementatie in de praktijk. Daarom vertalen wij de nieuwste wetenschappelijke kennis naar toepasbare ideeën, vlot leesbare rapporten, praktijkgerichte opleidingen, workshops, seminars, et cetera.

Seminars en workshops

Onze nieuwste klantinzichten worden regelmatig gepresenteerd tijdens seminars, workshops en opleidingen in centraal Nederland en vormgegeven in handzame rapporten. Daarbij wordt stap voor stap uitgelegd hoe de nieuwste inzichten in de praktijk kunnen worden toegepast en welke valkuilen beter kunnen worden vermeden. Hiermee kunnen bedrijven gerichter inspelen op veranderende marktomstandigheden.



Verschenen onderzoeksrapporten

- Omnichannel
- Psychologie van wanbetalers
- Ongestructureerde data
- Mobiele marketing
- Reclamewerking
- Privacy
- Sportmarketing
- Subtiele beïnvloeding
- Meetinstrumenten
- Prijs van de crisis
- Spanningsvelden in digitale marketing
- Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen
- Neuromarketing
- Sociale netwerken
- Churn
- Online branding
- Klantexpansie
- Analytics
- Recessiemarketing
- Implementatiesucces
- Gedwongen kanaalmigratie
- Adoptie van nieuwe diensten
- Loyaliteitsprogramma's
- En vele andere.



Jurgen Warnecke
Senior Market Analyst, Aegon

Innovatief

"Jaren geleden ben ik eens ingevallen voor een collega, als spreker op een seminar van het Customer Insights Center van de Rijksuniversiteit Groningen (RUGCIC). Dit bleek een verrassend interessant event te zijn. Van daaruit ben ik geïnteresseerd geraakt.

In mijn vakgebied rondom marktanalyses is het van belang om op de hoogte te blijven van innovatieve ontwikkelingen. Maar het lastige is dat wetenschap en marktonderzoek vaak geen gelukkig huwelijk kennen. Ik vind het knap dat het Customer Insights Center wel slaagt om een brug te slaan tussen beide werelden, onder meer door wetenschappelijke inzichten op een toegankelijke wijze te ontsluiten voor de praktijk. Zo is mij een sessie over Pricing bijgebleven, waarin minder rationeel keuzegedrag uit de doeken werd gedaan. Daar heb ik echt iets geleerd.

Wat ik vooral waardeer is dat Jelle voor elk marketingthema een specialist uit de wetenschap naar voren kan schuiven. Daarnaast wordt altijd ook een spreker uit de praktijk gepositioneerd. Juist die combinatie geeft een breed beeld. Daarmee voegt RUGCIC echt waarde toe.

Dit lidmaatschap kan ik zeker aanbevelen bij andere bedrijven, omdat het Customer Insights Center niet alleen de laatste academische klantinzichten oplevert, maar ook de mogelijkheid om met vakgenoten van gedachten te wisselen. Aegon verandert in rap tempo in een digitaal klantenbedrijf en dat vereist hele nieuwe kennis en inzichten. RUGCIC stelt ons in staat om juist kennis te nemen van die nieuwste inzichten."

"Eigenlijk was ik eerst alleen maar op zoek naar een stagiair met een specifiek profiel. Ik zocht iemand die vanuit een grote hoeveelheid data de meest interessante klantbehoeften en -affiniteiten kon ontrafelen en bovendien de vertaalslag kon maken naar de business.

Natuurlijk was dit een lastig profiel, maar ik hoorde dat de Rijksuniversiteit Groningen hier een specifieke studierichting voor had ingericht en dat Air France-KLM bovendien premium lid was van haar Customer Insights Center (RUGCIC) dat onder meer hierbij kon bemiddelen.

De samenwerking met de mensen van het Customer Insights Center is fijn. Ze proberen echt te helpen bij het vinden van de juiste kandidaten. Alleen gaan ze nog veel verder: ze denken mee met onze business, organiseren meetings over relevante topics, enzovoorts. RUGCIC levert wetenschappelijke onderzoeken en rapporten die raken aan onze dagelijkse werkzaamheden. Dit geeft extra klantinzichten die wij bij Air France-KLM goed kunnen gebruiken.

Inmiddels hebben we meerdere goede stagiaires gehad, maar één dame sprong eruit. Zij heeft zoveel toegevoegd op de afdeling, dat we nu nog steeds voortborduren op haar analysewerk!"



Myrna Veenstra
Head of Customer Marketing, KLM

Analyse

"RUGCIC geeft ons extra klantinzichten."

Allianties
en awards op topniveau

Academische allianties

Het Customer Insights Center onderhoudt diverse samenwerkingsverbanden met kenniscentra voor klantinzichten in binnen- en buitenland, met als voordelen dat kennis kan worden gebundeld en dat leden regelmatig met korting kunnen deelnemen aan elkaars activiteiten.

- Center for Services Leadership, W. P. Carey School of Business, Arizona State University, Phoenix, USA .
- E-Finance Lab, Frankfurt University, Germany .
- EFMI, academisch kenniscentrum voor de foodsector, Baarn.
- Marketing Associatie Rijksuniversiteit Groningen (MARUG).
- Marketing Science Institute, USA.
- TNS Infra Center for Customer Management, University of Münster, Germany.

Top Journals Awards

- 2010: Harold M. Maynard Award (Journal of Marketing)
- 2011: Thomas P. Hustad Award
- 2013: AMA Davidson Award
- 2013: MOA wetenschapsprijs
- 2013: Sheth Award
- 2013: Veni toekenning
- 2013: Sheth Journal of Marketing Award
- 2014: Veni toekenning
- 2015: Best paper award (European Journal of Marketing)
- 2016: Outstanding Reviewer Award (Journal of Marketing)

Editorial Board Memberships

- Marketing Science
- Journal of Marketing
- Journal of Marketing Research
- Journal of Consumer Research
- International Journal of Research in Marketing
- International Journal of Electronic Commerce
- Journal of the Academy of Marketing Science
- Journal of Interactive Marketing
- Journal of Retailing
- Journal of Service Research



Exclusief
maatwerkonderwijs en -onderzoek

MultiCompany opleidingen

Binnen de University of Groningen Business School bieden we diverse opleidingen aan voor medewerkers van vele bedrijven. Het Customer Insights Center heeft zelf op verzoek van hun leden de opleiding Impactvolle marketinganalist ontwikkeld. Dit is een deeltijdopleiding voor marketing/databaseanalisten/ customer intelligence medewerkers, die al jarenlang zeer goed wordt gewaardeerd.

Maatwerk InCompany opleidingen

Daarnaast bieden we maatwerk InCompany courses aan, speciaal voor teams of afdelingen gericht op marketing, customer intelligence, customer relationship management, sales, klantinzichten, et cetera. Een belangrijk voordeel hiervan is dat deze uitsluitend openstaat voor collega’s binnen de eigen organisatie, waardoor vertrouwelijk kan worden ingegaan op bedrijfsspecifieke onderwerpen. Overigens zijn al onze opleidingskosten fiscaal aftrekbaar voor de deelnemer of de werkgever.

Onderzoek gericht op nieuwe klantinzichten

Leden van RUGCIC kunnen wetenschappelijke onderzoeken laten uitvoeren die zijn toegespitst op de eigen organisatie, de branche, bepaalde consumentensegmenten en/of andere deelgebieden. Voor onze wetenschappers zijn onontgonnen nieuwe onderwerpen extra interessant, terwijl deze voor bedrijven een innovatieve voorsprong kunnen opleveren.

“Via mijn masteropleiding en mijn vorige werkgever ben ik in contact gekomen met onder anderen Janny Hoekstra en Peter Verhoef van het Customer Insights Center van de Rijksuniversiteit Groningen (RUGCIC).

Later kwam ik Peter opnieuw tegen in een uitzending van Business News Radio (BNR). Daar ging het over klantwaarde. In zijn visie kun je ook te ver gaan in het bieden van service aan bepaalde laagwaardige klanten. Persoonlijk geloof ik daar niet zo in. Mijns inziens kun je nooit te ver gaan met dienstverlening, zolang dit iets van waarde oplevert voor zowel de consument als het bedrijf. Het lastige in deze discussie is dat dit niet altijd in geld uit te drukken valt. Waarde is veelomvattender.

De toegevoegde waarde van het Customer Insights Center zit vooral in de aangeboden wetenschappelijk kennis die wij binnen ons bedrijf combineren met praktijkervaringen en vice versa. Naast kennisuitwisseling via meetings hebben we recentelijk een stagiair in dienst genomen die werd begeleid door Jelle Bouma. Jelle kan goed inschatten welke mensen passen bij onze cultuur en kent onze wensen. Ik vind onze samenwerking prettig en toegankelijk. Ze reageren snel en antwoorden laagdrempelig op onze vragen vanuit de praktijk.
Ik kan het RUGCIC lidmaatschap aanbevelen, mits je de verworven inzichten wilt of kunt toepassen. Want terwijl iedereen zegt de klant centraal te stellen, zijn lang niet alle bedrijven in staat om echt klantgericht te werken. Zowel kennis, doelstellingen, mensen en processen moeten geïntegreerd hierop ingericht worden. Hiervoor is meer nodig dan alleen een intentie.”



Hans Peters
Commercieel Directeur,
NS Reizigers

Klantstrategie

“RUGCIC maakt wetenschap toepasbaar”

“NS heeft als ambitie om de reiziger op 1,
2 én 3 te zetten, met als doelstelling dat 80% van onze reizigers ons een 7 of hoger geeft. Vandaag is dat nog 75%, dus we moeten alle zeilen bijzetten om dit doel te behalen.

Na de winterincidenten enkele jaren geleden wilden we meer proactief op ons Klant Tevredenheids Oordeel (KTO) kunnen sturen. Daardoor is de samenwerking met het Customer Insights Center van de Rijksuniversiteit Groningen (RUGCIC) en Prof. Peter Verhoef in het bijzonder geïntensiveerd.

Mede dankzij zijn constructieve en creatieve houding is een robuuste methodiek ontstaan. Op grond hiervan hebben wij nu objectief inzicht in de impact van drivers van klanttevredenheid en welke initiatieven dit kunnen verbeteren. Dit draagt in grote mate bij aan het kunnen besturen van klanttevredenheid en biedt ons focus bij de te maken keuzes. Hierdoor hebben we nu een sterk wetenschappelijk toepasbaar fundament gecreëerd voor onze klantstrategie.

Dit alles heeft ons in de finale gebracht van de prestigieuze ISMS-MSI Global Practice Prize. Daarbij viel me op dat NS en RUGCIC elkaar versterken. We maken wetenschap toepasbaar!

Ik kan alle bedrijven met de focus op klantgericht werken aanraden om de samenwerking met het Customer Insights Center serieus te overwegen. RUGCIC is een bijzonder unieke club die toepasbare inspiratie en inzichten oplevert!”



Auke Sijsma
Commercieel directeur,
Loyalty Management
Netherlands (Air Miles)

Ontwikkeling

“Als verantwoordelijke voor de relaties met de partners van het Air Miles programma valt het mij op hoe goed de samenwerking met het Customer Insights Center van de Rijksuniversiteit Groningen (RUGCIC) is.

Naast dat wij geïnspireerd worden via bijeenkomsten op initiatief van RUGCIC, werken we ook samen aan publicaties en marketingkennis binnen Air Miles. Of het nu gaat om professoren, de directie, of zelfs studenten: iedereen staat open en denkt met ons mee!

Zowel het marketing als het sales vak zijn ‘snelle’ vakken waarin cijfers tellen, maar ook veel wordt gestuurd op gevoel. RUGCIC dwingt je om langer stil te staan bij bijvoorbeeld de ‘waarom’ vraag en het antwoord hierop goed te doorgronden en onderbouwen. Dit maakt ons business concept sterker.

Ik kan het RUGCIC lidmaatschap aanbevelen omdat dit goed is voor de ontwikkeling van je mensen en daarmee ook van de organisatie.”

“RUGCIC is goed voor de ontwikkeling van onze organisatie.”

Vele voordelen
van een bedrijfslidmaatschap

Basislidmaatschap
(jaarlijks 7500 euro ex. BTW)

- Exclusief voor leden: drie onderzoeksrapporten met de nieuwste inzichten op het gebied van Customer Insights.
- Gratis deelname van uw marketing- en salesmedewerkers aan ons voor-en najaarsseminar in het midden van het land.
- Toegang tot de nieuwste wetenschappelijke publicaties van de vakgroep Marketing van de Rijksuniversiteit Groningen.
- Toegang tot vele MARUG en andere activiteiten en congressen tegen gereduceerde tarieven.
- Tot tien procent korting op de medewerkerskosten bij het laten uitvoeren van een wetenschappelijk onderzoek op maat.
- Weergave van uw bedrijfsnaam en/of logo op de RUGCIC website en de rapportages.

Premium lidmaatschap
(jaarlijks 15000 euro ex. BTW)

Additioneel bovenop de voordelen van het Basislidmaatschap:

- Een jaarlijkse workshop voor de marketing en/of sales medewerkers op uw eigen kantoor over een Customer Insights thema naar keuze, met als doel het beter toepassen van klantkennis.
- Kennismaking met bijna-afgestudeerde topstudenten als mogelijk interessante nieuwe werknemers of stagiairs.
  Tot vijftig procent korting op de medewerkerskosten bij het laten uitvoeren van een wetenschappelijk onderzoek of een kennistraining op maat.
- Als lid van de Raad van Advies en tijdens Executive Meetings actief meedenken over onderzoeksthema's en programma's waar Premium leden baat bij hebben.
- Bovendien mogen Premium leden vooraf bepalen of eventuele concurrenten al dan niet worden geaccepteerd als nieuwe Premium leden.

Groot projectlidmaatschap
(jaarlijks grotere bedragen)

In bijzondere gevallen gaan we grote samenwerkingsprojecten aan, zoals bijvoorbeeld:

- Sponsoring van een promovendus (PhD. in opleiding): 4 jaar onderzoek ten bate van jouw organisatie.
- Sponsoring van een postdoc (dr.) positie: 2 jaar een ervaren medewerker ten bate van jouw bedrijf.
- Sponsoring van een leerstoel (prof.) van een bijzondere hoogleraar aan de Rijksuniversiteit Groningen.

Tientallen
toonaangevende bedrijven zijn al lid

Doelgroepen en leden

Nederlandse bedrijven die ons wetenschappelijke onderzoek en de vertaling daarvan naar de praktijk willen ondersteunen kunnen lid worden. Vooral bedrijven met grote klantendatabases ervaren de voordelen.
Velen gingen u al voor! Zij hebben onze activiteiten over de afgelopen 8 jaar gewaardeerd met een 8,7 op de schaal van 2 tot en met 10. Het laatste jaar gaven ze zelfs gemiddeld een 9,0.



Ronnie van Nieuwenhoven
Manager Marketing Intelligence,
Centraal Beheer Retail, Achmea

“RUGCIC levert inspirerende inzichten voor in de praktijk.”

Nuchterheid

“Jaren geleden heb ik het Customer Insights Center van de Rijksuniversiteit Groningen (RUGCIC) leren kennen als deelnemer van de allereerste jaargang van de opleiding voor ervaren marketinganalisten.

Achteraf bekeken denk ik dat het deze opleiding was die mij in mijn carrière heeft gebracht waar ik nu sta. Want daar is het kwartje gevallen, over wie ik ben en wat mijn dromen en ambities als analist zijn. Sindsdien is alles in een stroomversnelling terechtgekomen. Inmiddels ben ik manager geworden van onze afdeling die verantwoordelijk is voor campagne- en omnichannel inzichten, attributiemodellen, markt- en klantonderzoeken, enzovoorts.

Met het Customer Insights Center werken wij op verschillende vlakken samen. RUGCIC verzorgt trainingen en helpt ons om trendy rages in de marketing niet alleen te volgen, maar ook de waarde daarvan in te kunnen schatten. Hun Groningse nuchterheid helpt hierbij zeker.

Bovendien delen leden vanuit diverse bedrijven klantgerelateerde kennis en uitdagingen. Het allermooiste vind ik een kijkje nemen in elkaars ‘keukens’. Dit leidt bij ons allemaal tot inspirerende inzichten die ik graag de volgende dag meeneem naar mijn eigen organisatie om ze in de praktijk te brengen.

Ik kan het RUGCIC lidmaatschap aanbevelen. Zeker als je op zoek bent naar de laatste ontwikkelingen op analysegebied, in de voorhoede wilt blijven qua Customer Insights, en/of slimmer gebruik wilt maken van klantdata: dit is wat zij waar maken.”



“RUGCIC werkt prettig, persoonlijk en praktisch”

Rixt Altenburg
Manager Customer Insights, Nuon

“We zijn met Nuon al jaren lid van het Customer Insights Center van de Rijksuniversiteit Groningen. Zelf kwam ik met RUGCIC in aanraking tijdens een training bij Nuon.

Als afdeling hebben we met complexe vraagstukken te maken waarbij het belangrijk is op de hoogte te blijven van nieuwe kennis uit de wetenschap. RUGCIC helpt ons hierbij doordat we ze altijd kunnen benaderen om even te sparren over de aanpak van een vraagstuk.

Daarnaast hebben we net een intern opleidingstraject met RUGCIC gedaan waarbij we maar liefst veertien modules geheel hebben ingericht naar onze behoefte.

Dit heeft veel nieuwe ideeën en energie aan mijn team gegeven. Dat komt doordat de mensen van het Customer Insights Center elk onderwerp theoretisch duidelijk weten uit te leggen en aan de hand van praktische cases direct toepasbaar te maken. De kennisoverdracht vindt plaats op een prettige, persoonlijke en praktische manier.

Ik kan het lidmaatschap aanbevelen, vanwege de wijze waarop RUGCIC ons helpt om met behulp van wetenschap onze praktijkvraagstukken aan te pakken. Dit werkt goed, doordat we inhoudelijk sparren en dankzij de geweldige trainingen.”

Kennisoverdracht



Pragmatisch

Frank de Beun
Algemeen directeur EDM

“Via andere bedrijven en mijn netwerk hoorde ik al heel lang goede verhalen over het Customer Insights Center van de Rijksuniversiteit Groningen (RUGCIC). Dus toen Jelle Bouma ons actief benaderde voor een kennismakingsgesprek stond ik daarvoor open.

Onze daaropvolgende samenwerking is pragmatisch en dat past heel goed bij EDM. Al na een maand lidmaatschap zijn we concreet begonnen met het organiseren van een kennissessie op ons kantoor over Privacy vanuit de consument. EDM zorgde voor de ruimte, faciliteiten en een praktijkspreker, terwijl RUGCIC zorgde voor een wetenschappelijke spreker en deelnemende organisaties vanuit het ledennetwerk.

Bij verrassing kreeg elke deelnemer na afloop een persoonlijke USB-stick mee naar huis met informatie die RUGCIC online had kunnen vinden over hem of haar. Na drie keer controleren bleek de mijne leeg te zijn. Sindsdien begrijpen we allemaal nog beter dat het bij Privacy niet zozeer gaat over de data die wel of niet op straat zouden kunnen liggen, maar dat het in de kern draait om het gevoel van de klant.

Omdat wij een kennisorganisatie zijn, moeten we op de hoogte blijven van de laatste ontwikkelingen in ons vakgebied. Daarbij willen we ook aansluiting houden met de onderzoeks- en onderwijswereld. Wij merken dat de mensen van het Customer Insights Center de kennis en ervaring hebben om een theoretisch model in de praktijk te kunnen brengen. RUGCIC vormt onze bron voor nieuwe kennis en jonge talenten.”



Rijksuniversiteit Groningen, al 400 jaar een begrip

Faculteit Economie en Bedrijfskunde
De Faculteit Economie en Bedrijfskunde (FEB) biedt een breed scala aan academische opleidingsprogramma’s. Bovendien werken onze staf en studenten nauw samen aan vernieuwende onderzoeksprojecten, vaak op internationaal topniveau. Hiermee reikt zij anderen kennis aan om te excelleren in hun vakgebied, maar ook vaardigheden die cruciaal zijn in de internationaal georiënteerde organisaties van de toekomst. Onze faculteit maakt onderdeel uit van de Rijksuniversiteit Groningen, een dynamische wetenschappelijke omgeving, gesticht in 1614, en bekend om haar rijke onderzoekstraditie.

Samenwerking met onze expertisecentra
Kennis ontwikkelen en toepassen doe je samen. Daarom wil FEB graag samenwerken met andere organisaties. Hierdoor profiteren partners van onze wetenschappelijke kennis en wij van hun praktische kennis. Bovendien biedt deze samenwerking met bijvoorbeeld haar Customer Insights Center toegang tot opleidingen, meetings en recente onderzoeksresultaten.

Interesse?
Heb jij interesse in de onderzoeken of een eventuele samenwerking met het Customer Insights Center? Neem dan contact op met onze directeur, Jelle Bouma.

Afspraken
Telefoon: +31(0) 50 - 363 3686

Vragen
Email: cic@rug.nl

www.rug.nl/cic

rijksuniversiteit groningen

faculteit economie en bedrijfskunde

Customer Insights Center

Voor marketingmanagers die resultaten willen zien

Meer weten?

Telefoon: (050) 363 3686
E-mail: cic@rug.nl

Postadres Postbus 800
9700 AV Groningen

Bezoekadres Zernike campus (parkeren P2, of buslijn 11/15)
Nettelbosje 2 (Duisenberg, grootste grijze gebouw)
Kantoor 309 (3e etage)

www.rug.nl/cic

/groups/1056817/profile

rugcic

rugcic