**Professor Ko de Ruyter - PUBLICATIONS**

**PUBLICATIONS IN REFEREED JOURNALS**


Warrington, P.T., E. Gangstad, R.A. Feinberg en J.C. de Ruyter (2008), Multi-channel retailing and customer satisfaction: implications for E-CRM, *Emergent Strategies*
for E-Business Processes, Services and Implications: Advancing Corporate Frameworks, 141-153.


Kleijnen, M., J.C. de Ruyter en Tor W Andreassen, Image Congruence and the Adoption of Service Innovations. *Journal of Service Research*, (2005), 7 (4), 343-360


Kleijnen, M., J.C. de Ruyter en M.G.M. Wetzels, Consumer adoption of mobile services, discovering the rules, while playing the game, *Journal of Interactive Marketing*, (2004), 18 (2), 51-61 [C].


Birgelen, M. van, J.C. de Ruyter en M.G.M. Wetzels, Attitude strength and the impact on managerial decision-making in interational services research, *Journal of Economic Psychology* (2003), 24, 763-783.


Ruyter, J.C. de, Consumer dissatisfaction and complaining behavior: a decision process approach, *SWOKA research report* no. 98 (1990), Den Haag: SWOKA.

PUBLICATIONS IN REFEREED CONFERENCE PROCEEDINGS


Schepers Jeroen, Ad de Jong, de Ruyter Ko, Martin Wetzels, Enhancing boundary-spanning service employees’ performance: the importance of GDSS potency in service teams, Proceedings of the 38th European Marketing Academy Conference (EMAC) 2008 Brighton United Kingdom.


Andreassen, T.W., S. Streukens and J.C. de Ruyter The Adoption of Technology-Based
Customer Complaining, *16th Frontiers in Services Conference, San Francisco, California*


of the European Marketing Academy, Università Bocconi, Milan, Italy.


Wetzels, M.G.M., J.C. de Ruyter and M. van Birgelen, Ain't it much, if it ain't dutch?: An application of the consumer ethnocentrism concept to international services in the netherlands, (1996), Proceedings of the 25th Conference of the European Marketing Academy, Budapest University of Economic Sciences, Budapest, Hungary, 1255-1269.


Elissen, N., J.C. de Ruyter and E. Simpson, Retail internationalization in Europe: a phenomenological investigation, The European Institute of Research in Retailing and Services Conference, Juni (1996) Insbruck, Austria


Crask, M., J.C. de Ruyter and T.K. Hsu, Multilingual research methodology, a three-country demonstration study, Proceedings of the Fifth Symposium on Cross Cultural Consumer and Business Studies (1995), Hong Kong, 1123-1154.


**BOOKS**

Feinberg, R.A., J.C. de Ruyter and L. Bennington, *Cases in Call center management, Great Ideas (th)at work*, (2004), Purdue University Press.

Ruyter, J.C. de and N.B. Scholl, *Methods of Qualitative Research* (2003), Utrecht: LEMMA.


Ruyter, J.C. de, *Dissatisfaction Management, a study into the use of consumer dissatisfaction as a source of management information by organizations*, (1993), Utrecht: LEMMA.

**PARTS OF BOOKS**


M. Kleijn, J.C. de Ruyter and T.W. Andreassen, De rol van imago-congruentie in de adoptie van mobiel bankieren, *Jaarboek van de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoekers* (2005), 131-148 [D]


E.C. Deutschkens, P.M. Willems, S.S.M. van den Berg, P. Oosterveld, J.C. de Ruyter and M.G.M. Wetzels, Conversie van gestandardiseerd vragenlijstonderzoek naar internet: kritische succesfactoren, *Jaarboek van de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoekers* (2003), 41-58 [D]

Jong, A. de and J.C. de Ruyter, Multi-niveau analyse in Marktonderzoek: de case van zelf-sturende teams. *Jaarboek van de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoekers* (2002), 245-258 [D]


Birgelen, M. van, J.C. de Ruyter and M.G.M. Wetzels, Niet alleen de mening van de klant telt! Een onderzoek naar het effect van de mening van gebruikers van marktonderzoeksinformatie, *Jaarboek van de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoekers* (2001), 201-214 [D]

Ruyter, J.C. de, Tevredenheid. een uitgebalanceerd begrip in marketing en marktonderzoek?, *Jaarboek van de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoekers* (2000), 35-56.[D]


Birgelen M. van, J.C. de Ruyter and M.G.M. Wetzels, Wat bepaalt de effectiviteit van marktonderzoek informatie: Een gebruikersonderzoek, *Jaarboek van de Nederlandse Vereniging van Marktonderzoekers* (1999), 9-24.[D]


Bloemer, J.M.A., J.C. de Ruyter and K. Venetis, Kwaliteit en tevredenheid in

Ruyter, J.C. de, Het organiser van bottom-up communicatie: een feedback toolbox, Handboek Interne Communicatie (1992), c.1.3.1-c.1.3.17, Houten: Bohn Stafleu Van Loghem.


PROFESSIONAL MAGAZINES:


Ruyter J.C de, Electronisch klagen Telecommerce (2003), (6), 28-29.


Dolen, W. van and J.C. de Ruyter, Commercieel Chatten is hot, Telecommerce 1 (1), 32-35.


Ruyter J.C de and C. Caelen, Don’t call us, we’ll mail you: Een onderzoek naar kanaalvoorkeur bij klantcontact, Telebusiness Magazine (2000), 6 (10) 14-17.


A. de Jong, J.C. de Ruyter, Merk je dat er een team achter staat? Over de effectiviteit van service teams, *Tijdschrift voor Marketing* (199923 (11), 56-60.


Ruyter, J.C. de, Klachtenbehandeling is meer dan alleen luisteren, *Tijdschrift voor Marketing*, 28 juli/augustus (1994), 41-44. [D]


