

PLENAIR OCHTEND

09:30 – 09:45

Opening
**Martin Huisman,
NIMA**
Zaal: 11. Copraloods

09:45 – 10:25

Teun van de Keuken
Zaal: 11. Copraloods

Parallelsessies RONDE 1, 2 & 3

13.10-14.10

Lunch
Zaal: Loods 5, 6 en 7

Parallelsessies RONDE 4 & 5

PLENAIR MIDDAG

16:10 – 16:50

Charging the future
**Peter Zijlstra,
Mercedes-Benz**
Zaal: 11. Copraloods

16:50 – 17:00

Slotwoord
**Martin Huisman,
NIMA**
Zaal: 11. Copraloods

17:00 – 17:30

Marketing pubquiz
**Bram Koster,
Marketingfacts**
Zaal: 11. Copraloods

17:30 – 19:30

Drinks & music
Zaal: Loods 5, 6 en 7

RONDE 1

10.30-11.10

THE CUSTOMER

Knab: Marketing = Service & Service = Marketing
Leslie Hogeveen & Don van Arem, Knab
Zaal: 21. Jutekelder

THE STORY

No conflict, no story. Brand engagement in het 'split second' tijdperk
Gijsbregt Vijn, Lemon Scented Tea
Zaal: 23. Perserij

THE BRAND

De smaak te pakken!
Ron van der Lugt, Looye
Zaal: 8. Loods 8

THE YOU

LinkedIn! What's In it for YOU?
Richard van der Blom, Just Connecting
Zaal: 2. Kalvermelk 2a

THE MANAGER

Marketing Leadership
Christi-Janne ten Hoopen, Centre of Marketing Leadership (VODW)
Zaal: 2. Kalvermelk 2c

THE WEIRD

De Sekte uit Leusden
Martijn Delahaye, AFAS
Zaal: 10. Silo 36

THE DESIGN

Be yourself, everyone is taken
Leontine de Groot & Hans Rietveld, Brandnew.
Zaal: 1. Kalvermelk 1

THE MEDIA

Jouw verhaal maakt het verschil; KRO-NCRV, een mediamerk met een missie
Kirsten Andres, KRO-NCRV
Zaal: 24. Meelzolder

THE TOOLS

De waarde van zeer nauwkeurige instore navigatie en instore analytics
Kevin Raaijmakers, Philips
Zaal: 25. Postkamer

THE ACADEMY

Het Momenten model: Hoe gebruik je real-time marketing in je contentstrategie?
Suzanne de Bakker, Science-4business
Zaal: 26. Douchelokaal

PAUZE

11.10-11.40

Zaal: Loods 5, 6 en 7

RONDE 2

11.40-12.20

THE CUSTOMER

Geen vlees? Geen probleem!
Niko Koffeman, De Vegetarische Slager
Zaal: 21. Jutekelder

THE STORY

How to create future proof B2B marketers?
Arthur Sirmonetti, DSM & Marion Debruyne, Dean Vlerick Business School
Zaal: 23. Perserij

THE BRAND

SNS: de oorsprong en toekomst van Heel Normaal
Patrick Kuijsters, SNS
Zaal: 8. Loods 8

THE YOU

Personal Branding: in the drivers' seat!
Jocelyn Rebbens, ReBBels
Zaal: 2. Kalvermelk 2a

THE MANAGER

Inspirerende managers bouwen inspirerende merken
Joris van Zoelen & Jelmer van der Meulen, Synergie
Zaal: 2. Kalvermelk 2c

THE WEIRD

Maak het verschil!
Arjan Leest, Giesbers
Zaal: 10. Silo 36

THE DESIGN

De dynamische identiteit van het Centraal Museum. Een huisstijl die werkt.
Roel Stavorus, Centraal Museum
Zaal: 1. Kalvermelk 1

THE MEDIA

Het succes van Power Brands.
Marc Oosterhout, N=5
Zaal: 24. Meelzolder

THE TOOLS

Online-to-Offline: Het succes van de inzet van 'data driven marketing' in de fysieke retail.
Valentijn Bras, SCOPY
Zaal: 25. Postkamer

THE ACADEMY

Wat is de impact van jong digitaal marketingtalent op de werkvloer?
Vincent Roders, SCHAAL+
Zaal: 26. Douchelokaal

RONDE 3

12.30-13.10

THE CUSTOMER

Stad in balans
Mariken van den Boogaard, I Amsterdam
Zaal: 21. Jutekelder

THE STORY

Hoe Deli XL Bidfood wordt
Anouk Beeren, Deli XL
Zaal: 23. Perserij

THE BRAND

Brand Sanity. Hoe merken mentaal gezond kunnen worden en blijven.
Maarten Bakker, BVH Identity Driven Thinking
Zaal: 8. Loods 8

THE YOU

Roadmap to Society30
Ronald van den Hoff, Seats2Meet
Zaal: 2. Kalvermelk 2a

THE MANAGER

Van marketing manager naar change manager
Marjolein ten Hoonte, Randstad Groep Nederland
Zaal: 2. Kalvermelk 2c

THE WEIRD

Sunpower for The People
Geerd Schlangen & Jacko d'Agnolo, Solarus
Zaal: 10. Silo 36

THE DESIGN

ARTIS in beeld
Heleen Rouw, ARTIS
Zaal: 1. Kalvermelk 1

THE MEDIA

Offline en online media gescheiden = weggegooid geld!
Pieter Voogt, PauwR
Zaal: 24. Meelzolder

THE TOOLS

Creating Moments That Matter
Ronald Velten, IBM
Zaal: 25. Postkamer

THE ACADEMY

Marketing in a digital age
Boukje Taphoorn, Google
Zaal: 26. Douchelokaal

LUNCH

13.10-14.10

Zaal: Loods 5, 6 en 7

RONDE 4

14.10-14.50

THE CUSTOMER

Unlocking customer value bij de NS
Arjen Hettinga, Oxyma
Zaal: 21. Jutekelder

THE STORY

Contentmarketing is van iedereen
Yvonne Nassar, RAI Amsterdam
Zaal: 23. Perserij

THE BRAND

CORTINA – Dutch Fashion Bikes – over trendy fietsen, een unieke propositie en keuzes maken!
Chantal Groot Kormelink, Cortina
Zaal: 8. Loods 8

THE YOU

The Agile You: experimenteren, leren en (digitaal) communiceren
Margot Schreuders, Radboud Universiteit Nijmegen
Zaal: 2. Kalvermelk 2a

THE MANAGER

Hoe ziet Marketing management in 2020 eruit?
Ludo Voorn, Post NL
Zaal: 2. Kalvermelk 2c

THE WEIRD

Trots in je schommelstoel
Marnix Geus, HPB Companies
Zaal: 10. Silo 36

THE DESIGN

First World Problem Pills
Astrid Groenewegen, SUE Amsterdam/ Aids Fonds
Zaal: 1. Kalvermelk 1

THE MEDIA

Het Werkt: Advertising Impact Monitor
Frank Meijer, De Persgroep
Zaal: 24. Meelzolder

THE TOOLS

What makes sense for future-proof brands
Ronald van Schaik, Kaliber Interactive
Zaal: 25. Postkamer

THE ACADEMY

Het imago probleem van marketing
Karel Jan Alsem, Hanzehogeschool Groningen
Zaal: 26. Douchelokaal

RONDE 5

15.00-15.40

THE CUSTOMER

De wirwar aan digitale kanalen en technologische trends
Guido Smit, ABN AMRO
Zaal: 21. Jutekelder

THE STORY

Van uitdaging naar snel-groeiende social enterprise
Marius Smit, Plastic Whale
Zaal: 23. Perserij

THE BRAND

Brand Design: voor relevante, onderscheidende en geloofwaardige merken.
Ruud Boer, Bataafsche Teeken Maatschappij
Zaal: 8. Loods 8

THE YOU

THE MANAGER

Wendbare commercie in de praktijk, de Transavia case
Erik- Jan Gelink, Transavia
Zaal: 2. Kalvermelk 2c

THE WEIRD

Carrièreplanning zonder planning
Jean Paul Schaddé van Dooren, Cityguys
Zaal: 10. Silo 36

THE DESIGN

Brabantia: Designed for Living
Romke Swinkels, Brabantia
Zaal: 1. Kalvermelk 1

THE MEDIA

Hoe je als merk millennials niet voor de gek moet houden
Thijs Boon, VICE
Zaal: 24. Meelzolder

THE TOOLS

Data als motor voor het funda platform
Jacqueline Post, funda
Zaal: 25. Postkamer

THE ACADEMY

PAUZE

15.40-16.10

Zaal: Loods 5, 6 en 7