

PLENAIR OCHTEND

09:30 – 09:40

Opening

Martin Huisman, NIMA

Zaal: 11. Copraloods

09:45 – 10:25

Micael Dahlen, Stockholm
School of Economics

Zaal: 11. Copraloods

Parallelsessies

RONDE 1 t/m 3

13:15 – 14:15

Lunch

Zalen: Loods 5, 6 en 7

Parallelsessies

RONDE 4 & 5

PLENAIR MIDDAG

16:15 – 16:55

Marketeer of the Year 2018

Vincent van den Boogert,
ING Nederland

Zaal: 11. Copraloods

16:55 – 17:00

Slotwoord

Martin Huisman, NIMA

Zaal: 11. Copraloods

17:00 – 17:30

Marketing Pubquiz

Bram Koster

Zaal: 11. Copraloods

17:30 – 19:00

Drinks & Music

RONDE 1

10.35-11.15

THE STORY
Gezond eten makkelijk gemaakt
Jack Stroeken, Ekomenu
Zaal: 21. Jutekelder

THE DESIGN
Op weg naar een
consumentenmerk
Tom Janssen, DHL Parcel
Zaal: 60. Garage

THE JOURNEY
De patiëntreis binnen
Het Oogziekenhuis Rotterdam
Robert Spiering, Het Oogzieken-
huis Rotterdam Zaal: 61. Silo 61

THE MEDIA
De rol van Retail Media
Justin Sandee, bol.com
Zaal: 24. Meelzolder

THE TOOLS
Wil jij ook je NPS Boosten?
Jolien Nelemans & Tamara Mom,
SNS
Zaal: 25. Postkamer

THE INTELLIGENCE
Welkom bij KARWEI
Machiel van der Sluis, KARWEI
Zaal: 1. Kalvermelk 1

THE BRAND
Think inspiration, not product
Vincent Boone, Edding
Zaal: 8. Loods 8

THE ACADEMY
Doorbreek de marketing-
communicatiebarrière
Drs. Guy van Liemt, Erasmus
Universiteit
Zaal: 62. Magazijn

THE DATA
Hoe gaan we het Digitale goud
opgraven?
Tim Langen, KPN
Zaal: 2a. Kalvermelk 2a

THE AGENCY
Doritos #playbold - De reden
voor een gouden effie
Nathalie Schepers & Daan de Waal, Doritos
Zaal: 26. Douchelokaal

THE WEIRD
Marketing is een eitje
Olivier Wegloop, Kipster
Zaal: 10. Silo 36

THE PROFESSIONAL
Mad about marketing
Lotte Enting, Grant Thornton
Zaal: 2c. Kalvermelk 2c

THE EXPERIENCE
Auping rust de wereld uit
Ine Stultjens, Auping
Zaal: 23. Perserij

11.15 – 11.45

PAUZE

RONDE 2

11.45-12.25

THE STORY
Fairtrade Original: van keurmerk
naar merkvoorkeur
Felice Uiterwijk, Fairtrade Original
Zaal: 21. Jutekelder

THE DESIGN
135 jaar oude industrie, design en
digitalisering? Kan dat samen?
Dirk van Lier, Royal Mosa
Zaal: 60. Garage

THE JOURNEY
Slow Down with Rituals
Micha Medendorp, Rituals
Cosmetics
Zaal: 61. Silo 61

THE MEDIA
Hoe bedrijven mediabudget
verspillen en hoe jij dat kunt
voorkomen!
Pieter Voogt, PauwR
Zaal: 24. Meelzolder

THE TOOLS
Games als marketinginstrument
Tim Laning, Grendel Games
Zaal: 25. Postkamer

THE INTELLIGENCE
Durf als merk te ontregelen en
groe!
Bram van Schaik, Kantar
Zaal: 1. Kalvermelk 1

THE BRAND
Terug naar de principes van
Marketing
Dorkas Koenen, Rabobank
Zaal: 8. Loods 8

THE ACADEMY
Holy Fuck: seks.life.marketing
Mabel Nummerdor & Jeanneke
Scholtens, Holy Fuck
Zaal: 62. Magazijn

THE DATA
Verras me!
Rogier Boogaard, Heijmans
Zaal: 2a. Kalvermelk 2a

THE AGENCY
Telfort en N=5
Waarom werkt de relatie?
Esther Beltman, Telfort
Zaal: 26. Douchelokaal

THE WEIRD
Op [nimamarketingday.nl/](http://nimamarketingday.nl/programma)
programma vind je de laatste
informatie

THE PROFESSIONAL
Agile bij VGZ. Iedereen marketeer!
Art Beuting, Coöperatie VGZ
Zaal: 2c. Kalvermelk 2c

THE EXPERIENCE
Girl with a Pearl Earring –
the creation of a superstar
Koen Brakenhoff, Mauritshuis
Zaal: 23. Perserij

12.25 – 12.35

WISSELMOMENT

RONDE 3

12.35-13.15

THE STORY
Bring Back The Love
Hans Kok, Lukkien
Zaal: 21. Jutekelder

THE DESIGN
Zeil met een ziel, linoleum een
duurzame evergreen en wereldver-
beteraar Willem Burmanje, Forbo
Zaal: 60. Garage

THE JOURNEY
Bij Hallmark vind je altijd wat
je voelt
Jan Willem Koch, Hallmark
Zaal: 61. Silo 61

THE MEDIA
Libelle: Hoe innovatie het oudste
en grootste mediamerk van
Nederland heeft gered
Carola Maassen van den Brink,
Libelle Zaal: 24. Meelzolder

THE TOOLS
The click won't stick
Ronald van Schaik, Kaliber
Zaal: 25. Postkamer

THE INTELLIGENCE
Turn insights into action: Growing
the #1 most iconic Personal Power
brand
Jorgo Lialiangas, Duracell
Zaal: 1. Kalvermelk 1

THE BRAND
Univé, coöperatie van de
toekomst
Pieter Borsboom, Univé
Zaal: 8. Loods 8

THE ACADEMY
Op [nimamarketingday.nl/](http://nimamarketingday.nl/programma)
programma vind je de laatste
informatie

THE DATA
SAMR Marktfinders: Dé recreant
bestaat niet
Dennis Groen, SAMR
Zaal: 2a. Kalvermelk 2a

THE AGENCY
Creating brands with the power
of story
Gijsbrecht Vijn, Lemon Scented Tea
Zaal: 26. Douchelokaal

THE WEIRD
De optiek van Charlie Temple
Kashifa Suddle, Charlie Temple
Zaal: 10. Silo 36

THE PROFESSIONAL
Husky – Marketing planning: van
Excel naar digitale tools
Peter Desmyttere, Husky Marke-
ting Planner Zaal: 2c. Kalvermelk 2c

THE EXPERIENCE
Hoe zorg je er in het huidige me-
dialandschap voor dat je young
adults bereikt en activeert?
Manon Fennis, XITE
Zaal: 23. Perserij

13.15 – 14.15

LUNCH

RONDE 4

14.15-14.55

THE STORY
Radioheads & Moodmanagers
Jeroen de Bakker, Talpa Radio
Zaal: 21. Jutekelder

THE DESIGN
Quaker Cruesli@: How to combine
global strenghts with local
relevance
Steven de Cleen,
PROUDdesign Zaal: 60. Garage

THE JOURNEY
Customer Expiereance & Service
design
Derrick de Vries, T-mobile (via IBM)
Zaal: 61. Silo 61

THE MEDIA
Impact met digitale B2B marketing:
Philips en MeMo² behandelen de
Brand Lift resultaten van LinkedIn
Didier Zegers, Philips
Zaal: 24. Meelzolder

THE TOOLS
Lessen van een fin-tech start-up
Jan te Kieftte, Peaks
Zaal: 25. Postkamer

THE INTELLIGENCE
Klimaatverandering: hoe maak je
mensen waterbewust?
Hoogheemraadschap (NK)
Zaal: 1. Kalvermelk 1

THE BRAND
DVJ Insights: The Ingredients
for Brand Growth
Lucas Hulsebos, DVJ Insights
Zaal: 8. Loods 8

THE ACADEMY
Verandering leiden: Stabiliteit voor-
op met de Six Batteries of Change!
Peter De Prins, Vlerick Business
School Zaal: 62. Magazijn

THE DATA
De Bijenkorf: Data insights as a
driver for personalization
Sandy Zwanepol & Jorrit de Groot,
de Bijenkorf Zaal: 2a. Kalvermelk 2a

THE AGENCY
WasteBoards: hoe maak je
duurzaamheid cool?
Rogier Heijning, Wasteboards
Zaal: 26. Douchelokaal

THE WEIRD
Een merk bouwen binnen de
betekeniseconomie
Joep Langen, Koeckebackers
Zaal: 10. Silo 36

THE PROFESSIONAL
Merklessen van CM.com: een tech
bedrijf met een bijzonder en eigen-
zinnig DNA
Marieke Saan, CM.com
Zaal: 2c. Kalvermelk 2c

THE EXPERIENCE
Hoe creëer je directe en relevante
merkherkenning?
Erzsi Eleveld, Kantar Millward
Brown
Zaal: 23. Perserij

14.55 – 15.05

WISSELMOMENT

RONDE 5

15.05-15.45

THE STORY
The most exciting food start up in
the world
Ron Simpson, The Avocado Show
Zaal: 21. Jutekelder

THE DESIGN
Designing business – designing
the future
Mark van Iterson, Heineken
Zaal: 60. Garage

THE JOURNEY
Voorkom breinpijn!
Annemarie Joosen, Marktplaats
Zaal: 61. Silo 1

THE MEDIA
Werven voor Defensie
Je moet het maar kunnen
Paul Klaessen, Ministerie van
Defensie
Zaal: 24. Meelzolder

THE TOOLS
LEAN startup voor corporates
Bram van Asseldonk,
Actify/Achmea
Zaal: 25. Postkamer

THE INTELLIGENCE
Trends-spotting via consumer
connects
Willeke Brokking, Unilever
Zaal: 1. Kalvermelk 1

THE BRAND
Van traditionele bakker naar mo-
derne merkenbouwer
Pleuni van Kessel, Koninklijke
Peijnenburg Zaal: 8. Loods 8

THE ACADEMY
Hoe wordt je succesvol met
inhakers op social media?
Ronald Voorn Msc RM,
Hogeschool Utrecht
Zaal: 62. Magazijn

THE DATA
Sanquin – een bloedmooie case,
van inzicht tot verbetering
Daphne Laeijendecker, Sanquin
Zaal: 2a. Kalvermelk 2a

THE AGENCY
Verklein je bureauruis: van klant-
bureaurelatie naar (merk)part-
nership
Bas Brinkman, Binck Bank
Zaal: 26. Douchelokaal

THE WEIRD
De markt van de rafelrand
Cornel Vader, Leger des Heils
Zaal: 10. Silo 36

THE PROFESSIONAL
Aegon's Marketing Manifesto
voor professionals 20xx
Theo van Uffelen, Aegon
Zaal: 2c. Kalvermelk 2c

THE EXPERIENCE
Ervaar de magie van een
sponsoractivatie
Marcel Surendonk, MOJO
Zaal: 23. Perserij

15.45 – 16.15

PAUZE