

	Stage 1	Stage 2	Stage 3	Stage 4	Stage 5	Stage 6	Stage 7
10:00 - 10:30	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Waarom digitaal merkbouwen ineens weer helemaal terug is Ingmar de Lange Mountview	<b>CUSTOMER DIALOGUE</b> Hoe eenvoudige feedback kan leiden tot grote veranderingen Timothy Dracht Allianz	<b>ANALYTICS &amp; DATA</b> De invloed van Automation, Analytics en AI op de laatste ontwikkelingen in marketing en technologie Levi van Wijngaarden Prodos	<b>ANALYTICS &amp; DATA</b> Succes in SEO zonder focus op keywords of SEO Chantal Smink SEO- en contentstrategie	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Hoe Intersport Twinsport middels Machine Learning betere grip heeft gekregen op haar full-funnel marketingstrategie? Akke Pennin (IWB Agency) Tim Schouten Billy Grace		<b>SOCIAL AND CONTENT MARKETING</b> 1 miljoen bereik met 0 Euro adspend op TikTok, check! Alain de Schutter Meraux de Schutter Monkeys & Bananas
10:30 - 10:40							
10:40 - 11:10	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Auping kiest voor muzikale branding Ilse Peters Niels de Jong Auping & Tambr	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Digitale Transformatie: ruimte creëren voor verandering van binnenuit Joris Merks-Benjaminsen Iris Academy	<b>MOBILE</b> AI verandert leadgeneratie & CX: 5 successtories Tanja Sanders (V) Beeckestijn	<b>CUSTOMER DIALOGUE</b> Zo pas je bewezen gedragspsychologie toe voor meer online resultaat Stefan van Ballegooie Allianz	<b>EMAIL MARKETING AND AUTOMATION</b> Revolutionaire E-mailmarketing tactieken van topmerken: een bingewatch-sessie Jordi Griffioen RapidSugar	<b>ANALYTICS AND DATA</b> Hoe Lebara.nl de juiste CX-prioriteiten stelt via Customer Experience Benchmarking Eelco Gijze (Lebara) Koen van Lunteren WUA	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Groeien in een competitieve markt, zonder te stutten met prijzen Aron Scheppink Jesse Wieleman SDIM
11:10 - 11:20							
11:20 - 11:50	<b>DIGITAL ADVERTISING</b> Waarom de gaming thuishoort in de marketingmix Madelon Smittenaar Azerion	<b>ANALYTICS AND DATA</b> Cookies, big tech, first-party data: what's happening? Wat kunnen we de komende tijd verwachten binnen digital media advertising? Laurens Ludolph Mediahuis	<b>ONLINE ADVERTISING</b> CTV: Transforming Traditional TV Willem de Vries Quantcast	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> 🇬🇧 Chaos to Clarity: Tackling Marketing Inefficiencies and Measuring Success Mark Wakelin Optimizely	<b>ANALYTICS AND DATA</b> Data & Dynamic Creaties in Programmatic Digital Out of Home Gido Andriessen Sage+Archer	<b>EMAIL MARKETING AND AUTOMATION</b> Hoe drie succesvolle marketing managers data inzetten voor betere marketingcampagnes. Ruerd Nauta (Vipmedia), Leonie Bakker (Roularta), Hessel Sutterland (Hearst Magazines the Netherlands), Peter van der Schaar Basedriver	
11:50 - 12:00							
12:00 - 12:30	Big data: Van containerbegrip naar succesvolle inzet om direct je marge én zichtbaarheid te vergroten Mark van Hattum MVH Marketing	<b>ANALYTICS AND DATA</b> Met de BIPS bloot: 4 stappen om alles te halen uit personalisatie Mike Walter Fingerspitz		<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Digitale transformatie in B2B Marketing & Sales Hans Molenaar Beeckestijn	<b>ONLINE ADVERTISING</b> Adverteren in het tijdperk van Marketplaces: een nieuwe benadering Kelvin Kaarsgaren Channable	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> The Future of CRO! Ricardo Acuña Martín (Heineken Experience) Tim Thijsse Harm Rutten OrangeValley	
12:30 - 12:40							
12:40 - 13:10	<b>SOCIAL &amp; CONTENT MARKETING</b> TikTok: where entertainment meets commerce Koen Vanderhoydonck Tiktok	<b>SOCIAL &amp; CONTENT MARKETING</b> Blow up the Boardroom Valentijn van Santvoort Holie	<b>E-MAIL MARKETING &amp; AUTOMATION</b> Zijn chatbots de toekomst? Jeroen Das ABN AMRO	<b>SOCIAL &amp; CONTENT MARKETING</b> Succesvolle online video's creëren doe je zo Mark Buissink Family Toys Collector	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> 🇬🇧 From local to global: 5 insights that help you master International expansion. Rochita Dua (Google) Evelien Knippers Adwise	<b>ONLINE ADVERTISING</b> 🇬🇧 The success case study of Heinz Ketchup Zero: attention metrics in practice Angela Tropper Teads	
13:10 - 13:20							
13:20 - 13:50	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Navigating the Future: digital growth stimuleren door te experimenteren Bjarn Brunenberg TOMTOM	<b>CUSTOMER DIALOGUE</b> Van 'app first' naar 'klant first'! Maikel Egging OHRA	<b>LEGAL &amp; PRIVACY</b> Nieuwe regels: een bom onder influencer marketing? Naomi van der Louw DDMA	<b>ONLINE ADVERTISING</b> Groeikansen retailmedia & Contentadvertising (Adspend study met Deloitte NL) Hatic van Leeuwen & Boj Holslag Adspend study met Deloitte NL	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Zo pas je personalisatie succesvol toe in je social strategie Meryl Smeets TrafficBuilders	<b>ONLINE ADVERTISING</b> Attention: een nieuw ad performance tijdperk met predictive neuroscience A.I. Melvin van Gom (dentsu Benelux) Roger van der Spek Braingineers	<b>EMAIL MARKETING AND AUTOMATION</b> Data-driven E-mail Automation: Zo pak je dat aan Tristan Albersen Spotler
13:50 - 14:00							
14:00 - 14:30	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Love you(r strategy) to the moon and back Celine Merx Fingerspitz	Sponsor Thema AI en SEO: de kansen en bedreigingen van AI voor jouw SEO strategie Stijn Bergmans MVH Marketing*	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Een effectieve funnel: het combineren van branding & performance. Paul de Vries (DIDI) Marlinde Schenk WeConnect	<b>EMAILMARKETING AND AUTOMATION</b> Maximaal rendement uit je Customer Journey met één basisprincipe Bart de Bruin Bookerz (via Copernica)	<b>ONLINE ADVERTISING</b> De vervolgstap van podcasts: Programmatic advertising Flip Kylian Adams (Dag en Nacht) Martijn Gerrits Azerion	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Hoe krijg je de legal afdeling mee in 1st-party datastrategie Dirk Melief Artefact	
14:30 - 14:40							
14:40 - 15:10	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Is dit het einde van het A-merk? David Snellenberg Springbok	<b>ANALYTICS AND DATA</b> Hoe je online écht impact maakt met CRM data Pieter-Jan Terryn (Google) Mark Wilmont (EDM) Data Agency			<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Marktplaats over hoe je als marketeer een belangrijke bijdrage levert aan duurzaamheid Rick Verkuyl Marktplaats	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Be distinctive: in een wereld vol kanalen en touchpoints Reinoud Wolff Danielle van Winden RedKiwi	<b>E-MAILMARKETING AND AUTOMATION</b> Hoe creëer je met een CDP en hyperpersonalisatie maximale klantretentie? Harm van Heesbeen Tim Notenboom PI marketing & Mediahuis E-commerce (via Copernica)
15:10 - 15:20							
15:20 - 15:50	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> HiPRO Case: hoe word je binnen een jaar een verkoophit? Marjolein Boogers Danone	<b>CONVERSIE</b> Titel: Growthhacking; Van Funnels naar Growth Loops Ward van Gasteren Upgrow	<b>CUSTOMER DIALOGUE</b> Wat digital marketing kan leren van een bromvlieg Tim van den Heijer B.R.A.I.N. Creatives	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Hoe schaal je een succesvolle marketplace community? Stijn van Aert Fring	<b>ANALYTICS AND DATA</b> De digital en data skills die elke marketeer nu nodig heeft Bart Meerdink Beeckestijn	<b>EMAIL MARKETING AND AUTOMATION</b> Van klanten naar fans: tips uit de sportmarketing Menno Worst Maileon	
15:50 - 16:00							
16:00 - 16:30		<b>ANALYTICS &amp; DATA</b> The agency benchmark Peter Van Wijnaerde Teamleader	<b>EMAIL MARKETING AND AUTOMATION</b> Persoonlijke en relevante e-mail marketing journeys voor de áltijd veranderende klant Manon van Rijsbergen Lizzy van der Zanden (My Jewellery) Tjeerd Brenninkmeijer Bloomreach	<b>ONLINE ADVERTISING</b> TikTok en Influencer marketing: de holy grail voor merk impact? Rogier van Kalmthout Kantar	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> De digitale mediastorm: hoe overleef je in een snel-veranderend landschap? Jasper Delers (Ad Alliance) RTL	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Customer experience: human inspired versus data driven Kiki Enthoven Sander Geurts van Kessel Think Yellow	
16:30 - 16:40							
16:40-17:10	<b>SOCIAL &amp; CONTENT MARKETING</b> Armin van Buuren x NFT: in 6 stappen succesvol in Web3 Erik Hensel MNTG	<b>ANALYTICS &amp; DATA</b> Google Analytics 4 Felipe Wesbonk Beeckestijn	<b>SOCIAL &amp; CONTENT MARKETING</b> De kracht van branded podcasts Marvin Jacobs Airborne	<b>DIGITAL MARKETING STRATEGY</b> Een rijke variatie verrassende brand cases met toepasbare insights Norbert Mirani Science of the Time		<b>SEARCH</b> Optimaal gebruikmaken van voorspellende en historische data voor je Google Ads strategie. Peter Maas Grow Up Digital	
Vanaf 17:10	Borrel						