

Grote zaal	IJzaal		STUDIO
09.15-09.30	<b>Opening door uw dagvoorzitter Martin van Kranenburg</b>		
09.30-10.00	POWER VROUW OP HET PODIUM (houd de website in de gaten)		
10.05-10.35	<b>Een eigen usabilitylab voor 0 euro</b> Begin 2017 startte Stefan zijn eigen usabilitylab. Voor 0 euro. Ruim 2 jaar later hebben de resultaten al duizenden euro's opgeleverd. Stefan geeft je praktische handvatten om jouw eigen usabilitylab op te zetten. Hij gelooft dat je veel kunt bereiken als je de kleine dingen met grote liefde doet. Laat je inspireren en enthousiasmeren door een verhaal vol leerpunten die Stefan de afgelopen jaren opdeed.  <b>Stefan van Ballegooije - Allianz</b>	<b>Conversiegerichte copywriting voor dienstverlening</b> Dat je voor e-commerce bepaalde verbeteringen kunt doorvoeren om klanten te laten kopen, dat weet je. Maar hoe zit dat met websites van dienstverlenende bedrijven en instanties? Laten we samen eens onderzoeken hoe we hun doelgroepen beter kunnen begrijpen. Op basis daarvan kun je conversieverhogende wijzigingen doorvoeren. David Brinks, doelgroepgerichte copywriter, deelt in deze presentatie praktijkvoorbeelden, onderbouwd met herkenbare verhalen.  <b>David Brinks - Hardcopy</b>	<b>Superwinkel.nl: één groot experiment!</b> Superwinkel is ooit begonnen als experiment met de top 10 parfums voor dames en heren. Ondertussen is Superwinkel uitgegroeid tot een top 100 webwinkel. Door de uitdagingen die hierbij zijn komen kijken en met een focus op relevante kpi's zijn we eigenlijk altijd blijven experimenteren. Dit doen we niet alleen met A/B testen, maar de gedachtegang blijft ook relevant bij alle nieuwe marketinginitiatieven.  <b>Maikel Robben - Superwinkel.nl</b>
11.10-11.40	KOFFIEBREAK		
12.15-12.45	<b>Book now! Copy that converts</b> How can you turn people into paying customers with words alone? At Booking.com, every word you see is backed by data, not opinions. We test and retest and test again. Data driven copy and iterative writing gives us tremendous insight into copy that flops and copy that converts. There's learning in both! We'll show examples of how even the smallest copy change can convert.  <b>Francesca Catanuso en Jade Goldsmith - Booking.com</b>		
12.45-13.45	LUNCH		
13.45-14.15	<b>Hoe overleven in het tijdperk van AI, voice &amp; hyper-personalization</b> 52% van de Fortune 500 bedrijven uit het jaar 2000 bestaat niet meer. Door de digitale disruptie zal de komende 10 jaar nog eens 40% verdwijnen. Technologie verandert sneller dan ooit en heeft een grote impact op hoe bedrijven communiceren met klanten en zaken doen. Hoe kan je in dit nieuwe tijdperk de harten van klanten veroveren? En ervoor zorgen dat jij wel blijft bestaan? Na 18 jaar vol successen en mislukkingen denkt Karl dat hij het antwoord heeft op die vraag.  <b>Karl Gilis</b>		
14.20-14.50	<b>CRO bij de grootste HR dienstverlener</b> Bij Randstad stellen we de klant centraal. Zo hebben we een CX Kitchen, UX lab en een Customer Delight programma. Met elkaar proberen we de customer journey te verbeteren. Met als uiteindelijk doel: het opleveren van testbare hypotheses en/of actionable insights.  <b>Cynthia Karamat, Randstad Groep Nederland</b>	<b>Personaliseren kun je Leren!</b> Centraal Beheer is structureel bezig met het optimaliseren van haar digitale kanalen. Sleutelwoorden hierbij zijn analytics, experimenteren, personaliseren en valideren. In deze sessie vertelt Ruben Teunissen (CRO Specialist: Lead Personalisatie) hoe hij samen met collega specialisten probeert om met het motto "Optimaliseren kun je Leren" een bijdrage te leveren aan de "Culture of Experimentation" binnen Centraal Beheer.  <b>Ruben Teunissen - Centraal Beheer</b>	<b>Kijken, kijken, (waarom ze) niet kopen!</b> Jurrien deelt hoe klantinzichten bij fonQ als vliegwiel werken voor meer draagvlak, meer betrokkenheid en betere experimenten. Raak geïnspireerd door handige tips over hoe je interne CRO marketing en lowbudget user testing als wapens kan inzetten in je strijd voor een Culture of Experimentation.  <b>Jurrien Schouten - Fonq</b>
15.25-16.05	KOFFIE BREAK		
16.05-16.35	<b>Hoe organiseer je CRO binnen je team</b> CRO is geen money machine of magic trick. Het is een lange-termijn proces met over het algemeen kleine verbeteringen. Hoe zorg je dan voor intern draagvlak wanneer je management van elke A/B-test een 10% uplift verwacht?  <b>Kevin Anderson - ING Bank</b>	<b>Hoe kan je je omzet verhogen door je retouren drastisch te verlagen met AI?</b> Welke AI toepassingen zijn er? Waar kan je AI effectief inzetten?  <b>Bram Broeks - heronimus Academy of Data Science (JADS)</b>	<b>Conversational Interfaces</b> De impact van conversational interfaces op je conversie. Hoe zorgen slimme chatbots voor de verandering van monoloog naar dialoog?  <b>Spreker wordt snel bekend gemaakt - houd de website in de gaten!</b>
16.35-17.05	<b>Validation in every Organization - why you fail and other succeed</b> Een 'culture of experimentation' is als pubersex. Iedereen heeft het erover, wil het graag, zegt dat hij het al doet, twijfelt of hij er wel goed in is, en alleen de enkelen die het al echt doen weten hoe enerverend het echt is, en hoeveel er nog te experimenteren valt. Bart gaat confronterend, diep en met humor in op welke stappen je op bedrijfs-, technisch en menselijk vlak moet nemen om te groeien naar een volwassen en echt succesvolle 'culture of experimentation'.  <b>Bart Schutz - Expert</b>		
17.05-18.05	BORREL		