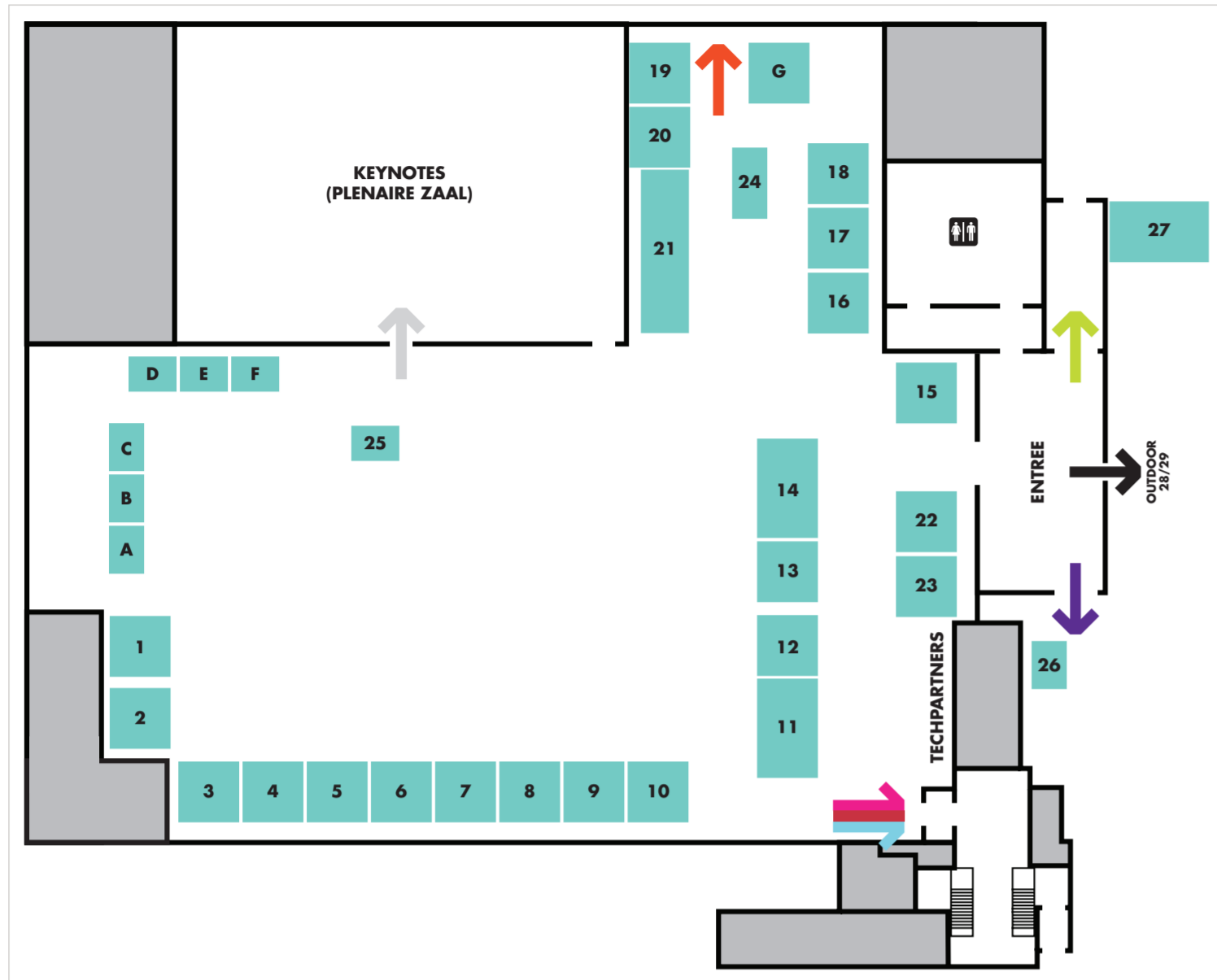


PLATTEGROND



- MAIN HALL**
- GX SOFTWARE
 - EFOCUS
 - CLICKDISTRICT
 - SCOOTMEDIA
 - ADRIME
 - RABOBANK
 - VIRTUAL AFFAIRS
 - COMSCORE
 - SPECIFIC MEDIA
 - FRESHHEADS
 - RTL NEDERLAND
 - THE PEOPLE'S VALLEY
 - MIRABEAU
 - SANOMA MEDIA
 - EPISERVER
 - LUKKIEN
 - YD
 - SMARTCLIP
 - BAZAARVOICE
 - STRAWBERRIES
 - ROTTERDAM
 - UNIT4
 - ZORGANIZE
 - INFO.NL
 - SENSE
 - LINKEDIN
 - DELOITTE
 - ADLANTIC (OUTDOOR)
 - VALSPLAT (OUTDOOR)
- A. FOX NETWORKS PART OF FOX CHANNELS BENELUX**
B. JUNGLEMINDS
C. BUREAU BLAUWGEEL
D. DOTCONTROL
E. KENTICO
F. CM
G. SPILGAMES
- TECHPARTNERS. TRACEBUZZ, CONVERS8, UNIT40, STUDIO - EPOSH, NIOLITE**
- BG**
 → DISRUPTION IN INDUSTRIES
 → THE FUTURE OF
 → KEYNOTES
 → ONLINE BUSINESS INNOVATION
- 2E ETAGE**
 → /VENTURE
 → WORKSHOPS
- 3E ETAGE**
 → WORKSHOPS
- PRESS
 TOILETTEN

EMERCE PRESENTS

EMERCE E→DAY

WELCOME @ EMERCE EDAY
VANDAAG VERANDERT DE VAN NELLE ONTWERP FABRIEK IN THE PLACE TO BE VOOR HET BESTE, HET NIEUWSTE EN HET MEEST INNOVATIEVE OP E-BUSINESS GEBIED.

BEKIJK DE EDAY MASH UP

Volg alle twitterberichten, bekijk de foto's en laat een eigen boodschap achter via [#eday11](#)

Tijdens eDay kunt u diverse tracks bezoeken, elke track heeft zijn eigen kleur. U vindt de ruimtes door de lijnen op de vloer te volgen. White, orange, purple en green bevinden zich op de begane grond, pink en blue op de tweede etage en red op de derde etage.

KEYNOTES

Internationale topsprekers zullen het podium van eDay betreden, een line-up van visionairs en innovators. Opinieleiders met een spot on visie op de laatste ontwikkelingen in business, technologie en marketing, en de implicaties daarvan voor bedrijven.

DISRUPTION IN INDUSTRIES

In deze track krijgt u inzichten door real-life cases waarin gewerkt wordt aan het omverwerpen van traditionele businessmodellen, zoals bijvoorbeeld in de bank- en verzekeringswereld. Bestaande modellen worden op hun kop gezet en uitgedaagd. Het zijn pioniers die nieuwe wegen bewandelen, hun schouders eronder zetten en zorgen voor nieuwe inzichten.

THE FUTURE OF

Wat wordt the next big thing op het gebied van e-business, media en marketing? Hoe ziet onze privé en zakelijke wereld er in de nabije toekomst uit? En welke ontwikkelingen kunt (of mag?) u niet missen? Tijdens deze track inspirerende verhalen van trendsetende bedrijven.

/VENTURE

Investeerdere, incubators, corporate venturing groups en startups ontmoeten elkaar op /Venture. Waar zijn de laatste ontwikkelingen op het gebied van relevantie van uw merk zichtbaar? In wat voor oplossingen investeren bestaande bedrijven en geldschieters? En wie wordt binnenkort hot? /Venture is waar business wordt gedaan en matches worden gecreëerd.

WORKSHOPS & ONLINE BUSINESS INNOVATION

(Side events and sessions by our partners and sponsors) Tijdens deze sessies komen beste cases, best practices en adviezen aan bod door experts van internetbureaus, webcasting, CMS-partijen en online uitgeverij. Op eDay presenteren zij hun kennis en beste tips. In deze interactieve sessies kunt u al uw vragen kwijt aan de expert.

KEYNOTES



RENAISSANCE OF ADVERTISING

GIAN FULGONI - COMSCORE
 10:00 - 10:30
 Meer dan ooit ligt de macht over de prijsstelling in de handen van de consument; er is meer transparantie en prijsvergelijking is steeds makkelijker. De opkomst van mobiel maakt het vergelijken van prijzen nog eenvoudiger. Worden winkeliers zo gedwongen te concurreren met bedrijven als amazon.com in hun eigen winkel? Vraagt deze ontwikkeling om een nieuw tijdperk van creatievere reclame? Gian Fulgoni, research expert op het gebied van consumentgedrag, zoomt in op deze belangrijke trend.



PERSONALIZED AND RELEVANT DIGITAL EXPERIENCES

DAVID NUESCHELER - ADOBE
 15:15 - 15:35
 Gebruikers vragen steeds meer om zeer persoonlijke en relevante digitale ervaringen. Ook Adobe wordt hierdoor uitgedaagd. Hun belangrijkste focuspunten zijn hierbij: cloud, social en mobile. Zijn systemen bijvoorbeeld ontworpen voor de cloud of later toegevoegd? Is het speciaal ontworpen voor mobile of een verlengstuk van de desktop? Is er rekening gehouden met een 'sociale grafiek' voor elke gebruiker? Een verhaal over uitdagingen en onderliggende problemen voor het creëren van een persoonlijke en relevante beleving voor de gebruiker.



FROM PERSONAL COMPUTING TO PERSONAL FABRICATION

NEIL GERSHENFELD - MIT
 10:45 - 11:15
 Prof Neil Gershenfeld, directeur van MIT's Center for Bits and Atoms en oprichter van de Fab Labs, zal tijdens zijn presentatie ingaan op de digitale revolutie in fabricage, die de programmeerbaarheid van de digitale wereld overbrengt naar de fysieke wereld. Hij biedt een blik op hoe mensen zullen leven, leren en werken in een wereld waarin iedereen bijna alles en bijna overal kan maken. Pure inspiratie van een van de vijf belangrijkste denkers in science en technology en zeer gewaardeerde spreker van TEDx.



HOW TO MAKE YOUR BUSINESS AN E-BUSINESS

PETE WILLIAMS - DELOITTE
 15:45 - 16:05
 De Australiër Williams is CEO van Deloitte Digital wereldwijd en heeft een passie voor online innovatie en gebruikt sociale media om innovatieprocessen aan te jagen. Tevens is hij auteur van het boek 'Empowered' met de case study over het opzetten van het succesvolle netwerk Yammer. Hij zal ingaan op hoe bedrijven zich succesvol kunnen transformeren zodat ze aan de vraag van klanten in het digitale tijdperk kunnen voldoen. Dit wordt geïllustreerd met inspirerende real-life cases uit de hele wereld.



THE HUMAN TOUCH IN A DIGITAL WORLD

JAN GUNNARSSON - HOSTMANSHIP
 11:45 - 12:05
 Jan Gunnarsson is auteur van 'Hostmanship - the art of making people feel welcome' en 'From Boss to Host - the art of welcoming leadership' en oprichter en CEO van Hostmanship Development Group Stockholm. Door internet is het makkelijker om iedereen te vinden en een dialoog te voeren. Toch blijft het lastig om mensen echt welkom te laten voelen. Gunnarsson gaat in op het belang en de mogelijkheden van de dialoog tussen mensen. Succesvolle organisaties onderscheiden zich door hun online klantcontact ook echt persoonlijk te laten voelen. Gunnarsson prikkelt met zeven ingrediënten voor waardevol (klant)contact.



APP DISCOVERY

ILJA LAURS - GETJAR
 16:15 - 16:45
 Er zijn miljoenen apps en het aantal neemt elk jaar weer met een veelvoud toe. In tegenstelling tot het web, waar search de ultieme zoekmethode werd, heeft mobiel deze nog niet gevonden. Wat zijn de nieuwste technologieën die gebruikers helpen om apps te vinden en die apps op hun beurt helpen om gevonden te worden door gebruikers? Ilja Laurs app-connoisseur en oprichter van GetJar geeft een mobile update. Met drie miljoen downloads per dag is GetJar de op één na grootste appstore in de wereld en distribueert inmiddels apps van 350.000 developers, waaronder bedrijven zoals Google, Microsoft en Facebook.

GOLD SPONSORS



SILVER SPONSORS



SPECIAL FEATURES:

- Met SocializAR kunt u op de eDay augmented netwerken. De SocializAR maakt gebruik van sociale media en augmented reality. Wat doet de SocializAR? U komt iemand op de eDay tegen. U scant haar of zijn badge en augmented verschijnt het linkedin visitekaartje en de laatste tweets om de persoon heen. Meer weten? Ga naar de SocializAR desk in de entree.
- Telefoon of iPad leeg? Bij de stand van eFocus kunt u uw mobile device opladen.
- Ervaar de werking en mogelijkheden van touchables op de playground.
- Een unieke data race waarbij aan de hand van inspirerende vragen geraced kan worden met data en ingezet via Twitter. Place your bet in de Online Business Innovation tent.
- Sanoma Media heeft speciaal voor eDay hun videostudio opgebouwd, daar zijn gedurende de hele dag interviews met topsprekers.

Bekijk onze mobile site op [m.emerceeday.nl](#)

WIRELESS

Natuurlijk kunt u tijdens eDay gebruik maken van draadloos internet. Het netwerk hiervoor is **VanNelle** en het wachtwoord is **vnellejongert**

BEKIJK ALLE FOTO'S EN FILMPJES OP: [WWW.EMERCEEDAY.NL](#)

	FUTURE OF BEGANE GROND	DISRUPTION IN INDUSTRIES BEGANE GROND	/VENTURE 2E ETAGE	WORKSHOPS 1 2E ETAGE	WORKSHOPS 2 2E ETAGE	WORKSHOPS 3 2E ETAGE	WORKSHOPS 4 3E ETAGE	ONLINE BUSINESS INNOVATION BEGANE GROND
10:30			OPENING 10:30 - 10:45 DOOR AUKE FERWERDA EN JASPAR ROOS					10:30 - 10:35 RACE 1: THE ONLINE REVENUE CUP
10:45	THE LIBERATED CUSTOMER IS GOOD FOR BUSINESS DOC SEARLS - LINUX JOURNAL In 1999 verscheen 'The Cluetrain Manifesto' van Doc Searls, hierin kwam naar voren dat bedrijven hun budgetten zouden verschuiven van top-down naar bottom-up strategieën, waarbij het gesprek met de consument een centrale rol zou gaan spelen. Searls bleek een visionair die gelijk had en geeft nu een preview van zijn nieuwe werk waarin hij nog een stap verder gaat. In zijn boek 'The Intention Economy' schetst hij de veranderende balans tussen kopers en verkopers. Bedrijven moeten reageren op wat een klant precies nodig heeft en tailor made producten bieden. Zijn centrale boodschap is: how the liberated customer is good for business.	EVERY COMPANY IS A MEDIA COMPANY RICHARD SAMBROOK - EDELMAN Sambrook is Global Vice Chairman & Chief Content Officer van Edelman, het grootste analytische PR-bureau in de wereld met klanten zoals BT, Burger King, HP, Intel, Microsoft, Puma en Shell. Als belangrijke trend tip hij de plotselinge verschuiving in media content delivery. Bedrijven moeten naast de diverse kanalen, van meer traditioneel tot social media, ook steeds meer hun eigen content gaan ontwikkelen. Sambrook gaat vanuit zijn expertise en ervaring in op de kansen, risico's en verantwoordelijkheden van deze <i>owned media</i> voor bedrijven.	MATCHMAKING ROUND 1: INTRODUCTION /Venture brengt een breed scala aan innovatieprofessionals bij elkaar; ervaren ondernemers, innovatieverantwoordelijken van grote ondernemingen en talentvolle startups. De matchmaking onderdelen bieden deelnemers de kans om elkaar nader te ontmoeten, en naast visitekaartjes, kansen, ervaringen en inzichten met elkaar te delen.	PROGRESSIVE PROFILING GX SOFTWARE Progressive Profiling gaat over het leren kennen van de wensen en behoeften van uw bezoekers, door waar ze te luisteren en hun interacties op uw websites, social media en mobiele kanalen te volgen. Op deze manier bent u in staat om de relevantie van uw content te vergroten en hierdoor een positieve klantervaring te creëren met als resultaat verhoogde conversie.	MOBIEL BETALEN: WAAR STAAN WE? RABOBANK De rol van de mobiele telefoon is al lang niet meer beperkt tot bellen en sms'en, maar is het verlengstuk voor digitale activiteiten. En wanneer u al zoveel met uw mobiel doet, dan wilt u daar ook mee betalen. Rabobank doet in deze workshop haar ervaringen op het gebied van mobiel betalen, zowel op het scherm als aan de kassa. In-app betalen, iDEAL mobiel en betalen met NFC passen de revue.	OVER STORYTELLING EN LIFELONG DIALOGUE EVIDENT Hoe relevant en inspirerend is het verhaal dat u uw doelgroep te vertellen hebt? Goede storytelling creëert beleving en betrokkenheid bij uw merk en zorgt voor ambassadeurs die uw verhaal gaan verspreiden. Maar hoe zorgt u vervolgens dat u in gesprek blijft met uw doelgroep? Om een lifelong dialogue te voeren is het gespreksonderwerp en het belonen van uw gesprekspartner van essentieel belang.	SOCIAL MEDIA, KANS VOOR E-COMMERCE WNF/UNIT4 Ook een goede doelen organisatie als het Wereld Natuur Fonds (WNF) heeft belang bij een effectieve e-commerce strategie. Nieuwe donateurs zijn nodig om de doelstellingen van de organisatie - internationale natuurbescherming - te verwezenlijken. De WNF e-commerce strategie richt zich op dialoog, transparantie, verbinden en activering. De inzet van Social Media past bij uitstek binnen deze strategie.	WELKOM IN DE AANDACHTSECONOMIE! 10:35 - 10:50 JIM STOLZE Bedrijven kijken veelal naar hun financiële resultaten; ze besteden meer budget aan nieuwe dan aan bestaande klanten en ze zijn te druk bezig om ons te verlammen met informatie en ons zoodoende op te zadelen met keuzestress. Die bedrijven hebben zich bijbaarder niet gerealiseerd dat we zijn overgegaan van een producteconomie naar een aandachtseconomie.
11:00								
11:15			A START UP TALE		11:15 - 11:45 PAUZE			11:30 - 11:35 RACE 2: ONLINE INDUSTRY AD SPEND DERBY
11:45	MACHINE-TO-MACHINE ANDRZEJ OCHOCKI - DEUTSCHE TELEKOM Momenteel zijn er meer dan 50 miljard machines en meer dan 7 miljard mensen op aarde. Een technologische revolutie, die enorme impact zal hebben op ons dagelijks leven is Machine-to-Machine (M2M). Hierbij gaat het over het verbinden van machines op het internet, waardoor het leven gemakkelijker kan worden. Ochocki geeft leiding aan de M2M-afdeling van Deutsche Telekom, die zich focust op de koppeling van deze machines via mobiele en vaste netwerken. Als M2M-expert biedt hij inzicht in de huidige en toekomstige toepassingen en laat hij de kansen zien die het bedrijven biedt en zal gaan bieden.	DAVID VS. GOLIATH PASCAL FINETTE - MOZILLA LABS In 2004 lanceerde Mozilla Firefox, de webbrowser die de uitdaging aanging met de door Microsoft gedomineerde browsermarkt. Momenteel is Firefox het meest gedownloadde softwareproduct in de wereld en wordt door meer dan 450 miljoen mensen over de hele wereld gebruikt. Finette zal een blik achter de schermen geven over hoe Mozilla de strijd aan ging met de machtige Goliath, Microsoft. Ze hebben bewust gekozen voor een tactiek van de underdog en hebben een voortdurende focus op de dialoog met de gebruiker door middel van een zeer betrokken community. Een verhaal over een gepassioneerde gevecht.	MATCHMAKING ROUND 2: INTERNATIONAL /Venture brengt een breed scala aan innovatieprofessionals bij elkaar; ervaren ondernemers, innovatieverantwoordelijken van grote ondernemingen en talentvolle startups. De matchmaking onderdelen bieden deelnemers de kans om elkaar nader te ontmoeten, en naast visitekaartjes, kansen, ervaringen en inzichten met elkaar te delen.	BE SEEN ON EVERY SCREEN LUKKIEN Het computerscherm is slechts één van de vele schermen waarop wij online informatie bekijken, verschillende mobiele devices zijn onmisbaar geworden. Deze schermen geven ons toegang tot de door ons gewenste content en interactie waar en wanneer wij maar willen. Maar hoe creëert u nu eenheid tussen elk scherm door techniek, beleving en vindbaarheid, toegespitst op zowel het device als de locatie van de gebruiker?	CREATIVE BUSINESS INNOVATION DOOR MOBIELE APPLICATIES FRESHHEADS Een nieuwe business-model, transparantie en tevreden medewerkers. Onidex hoe Vebege - één van de grootste schoenmaakbedrijven van Europa - uit een vestchmarkt stapte met een innovatief nieuw concept op basis van een mobiele applicatie. We gaan dieper in op de 'lessons learned' en het openen van de markt voor business innovaties gebaseerd op mobiele diensten.	RTL NEDERLAND - DE ACQUISITIE VAN BUI-ENRADAR RTL NEDERLAND/COMSCORE Sinds april heeft RTL Nederland Buienradar overgenomen. Niels de Kind, manager Buienradar, nl bespreekt de reden van de overname en zal zijn bevindingen over de eerste maanden met u delen. Wat voegt Buienradar toe aan RTL? Wie bezoeken buienradar? Hoe wordt de mobiele site gebruikt en de reguliere site en zijn er opvallende statistieken over online media consumptie en het weer?	THE MOBILE DIGITAL CONSUMER IAB/INSITES In opdracht van IAB Nederland deed Insites onderzoek naar online en mobiel gedrag en attitudes. Het MC DC Report (Marketers & Consumers, Digital & Connected) is gebaseerd op een enquête onder 9000+ internet users (15+ jaar) 35 landen wereldwijd, met een focus op Europa, maar ook enkele BRIC landen en de VS. Deze data zijn de ideale voedingsbodem voor een visie op marketing in 2011 en ver daarbuiten.	AD INNOVATION & IAB ONLINE ADSPEND STUDY 2011 11:35 - 11:50 DELOITTE/IAB Een presentatie van de data over het eerste half jaar van 2011 van de IAB Online Ad Spend Study. Aan de hand van volledige datasets (> 80% van het totale bereik in Nederland) wordt een analyse gemaakt van de laatste trends in online advertising en wordt gekeken naar toekomstige ontwikkelingen en innovaties. De zaken waar iedereen over praat worden onderbouwd en toegelicht aan de hand van harde cijfers.
12:00								
12:15	LET'S BUILD A SMARTER PLANET HAYDEE SHEOMBAR - IBM De virtuele en echte wereld komen steeds meer samen, met al de gegevens die dit ons biedt, hebben we de mogelijkheid om onze wereld intelligenter te maken en een aantal urgente problemen op te lossen. Meer dan vijftig procent van de wereldbevolking is woonachtig in steden en deze vormen de belangrijkste economische opbrengsten, die op mondiaal niveau serieus werk maakt van het betrekken van hun stakeholders bij hun businessprocessen. Een inspirerend en branche-overschrijvend voorbeeld van hoe een traditionele moloch steeds meer een sociaal en relevant bedrijf wordt.	PIONEER IN THE INSURANCE SECTOR GERMAN RAMIREZ - ZURICH INSURANCE Ramirez is stoffiel van de Zurich Insurance Company, een wereldwijd opererende verzekeringsmaatschappij met hun hoofdkantoor in Zurich. Hij heeft een enorme drive om de dialoog aan te gaan met interne en externe stakeholders van deze onderneming. Hiermee zijn ze een van de weinige verzekeringmaatschappijen die op mondiaal niveau serieus werk maakt van het betrekken van hun stakeholders bij hun businessprocessen. Een inspirerend en branche-overschrijvend voorbeeld van hoe een traditionele moloch steeds meer een sociaal en relevant bedrijf wordt.	ROAD TO SILICON VALLEY Tijdens /Venture is een update van de start-up competitie The Road To Silicon Valley. Na verschillende voorrondes presenteert een aantal teams hun werkende demo aan een jury van succesvolle Nederlandse ICT/Media entrepreneurs en investeerders. Het winnende team zal worden begeleid in Silicon Valley om kennis te maken met lokale spelers zoals Stanford University, startups, incubators, Google en Apple. Het hoogtepunt zal de presentatie van de startup voor de meest invloedrijke investeerders in de Valley zijn. Tijdens /Venture zal u een aantal finalisten zien, waaronder Snapper.	DE TOEKOMST VAN E-COMMERCE VOOR RETAILERS MIRABEAU Met welke ontwikkelingen in de e-commerce dient een retailer in de nabije toekomst rekening te houden? Floris Ketel en Heini Wirthgen behandelen een relevante vraagstukken waaronder 'hoe blijft u relevant met uw productinformatie' en 'hoe communiceert u uw product of dienst eenduidig op elk gewenst device'. Maar ook de steeds grotere rol van mobile en social blijven niet onbesproken.	WAT VERBINDT WEBCARE, KLANTSISTEMEN EN YAMMER? VIRTUAL AFFAIRS Bedrijven zijn op vele fronten bezig met social: reputatie, f-commerce, Yammer, monitoring, social crm, webcare etc. Zodra deze puzzelstukjes in elkaar vallen, zal social pas echt een fundamentele bijdrage leveren aan het bedrijfsresultaat. Virtual Affairs presenteert haar visie op deze puzzel. Het meer over hoe processen van A tot Z social worden.	CREATIVE AUDIENCE RETARGETING ADRIME Adverteren op basis van profielen, ook wel audience targeting genoemd, is op dit moment een 'hot topic' in de advertentiebranche. Een nieuwe populaire vorm is creative (re-)targeting. Wat dit precies inhoudt en hoe je een campagne die hierop gericht is tot een succes maakt komt tijdens deze sessie ter sprake. Een inleiding in de deze nieuwe vorm van adverteren.	FACEBOOK ONMISBAAR VOOR BANK ANNO NU ABN AMRO/ INFO.NL Sander Nubé, Internet Business Developer bij ABN AMRO, vertelt hoe Facebook voor de bank een onmisbaar kanaal werd. Hij schetst welke keuzes er nodig waren om zo'n complexe organisatie op dit platform te lanceren en hij geeft antwoord op de vraag: hoe benadert u als traditionele bank die intensieve en niet altijd even genuanceerde dialoog met klanten?	
12:30								
12:45					12:45 - 13:45 LUNCH			
13:45	THE BUSINESS OF SERENDIPITY THOR MULLER - GET SATISFACTION Thor Muller is oprichter en CTO van Get Satisfaction, een online communityplatform dat bedrijven in staat stelt om openlijk samen te werken met hun klanten. Meer dan 50.000 bedrijven gebruiken het inmiddels om sociale klantenservice te bieden en hun producten te verbeteren. Hoe moet een bedrijf in deze tijd van snelle veranderingen en informatie-overload op het juiste moment met mensen en ideeën verbinden om zo baanbrekende vooruitgang te boeken? Muller ziet de oplossing in 'doomed serendipity', de praktijk van het maken van onverwachte ontdekkingen, en biedt een overzicht van de belangrijkste elementen voor bedrijven.	THE FIRST ONLINE COMMUNITY BANK ADRIAN KRONER - UNIVERSITEIT VAN BATH Twee jaar geleden kreeg Kroner, van de in München gevestigde Fidor bank, als eerste een banklicentie voor een online community in Europa. De kern van de bank is de betrokken community, zo belonen ze bijvoorbeeld klanten voor elke actieve bijdrage om de dienstverlening te verbeteren. Iedere suggestie om een product te verbeteren, is een euro waard, en klanten ontvangen dertig euro als de suggestie ook daadwerkelijk wordt opgepakt. Kroner licht deze nieuwe manier van customer service toe, deelt zijn ervaringen van de eerste 18 maanden en gaat in op de successen en verbeterpunten.	MATCHMAKING ROUND 3: MONEY /Venture brengt een breed scala aan innovatieprofessionals bij elkaar; ervaren ondernemers, innovatieverantwoordelijken van grote ondernemingen en talentvolle startups. De matchmaking onderdelen bieden deelnemers de kans om elkaar nader te ontmoeten, en naast visitekaartjes, kansen, ervaringen en inzichten met elkaar te delen.	ROI = RETURN ON INSPIRATION THE PEOPLE'S VALET De ideale website van morgen is anders dan die van nu. Des te belangrijker om 'connected' te blijven en te weten aan welke knoppen u moet draaien voor het optimale resultaat. Schuif aan voor een verhaal over online marketing. Over beperkte investeringen met een hoge ROI door analytics, web usability, social en search op elkaar en uw publiek te blijven afstemmen. 'To Stay Tuned'.	VIDEO ADVERTISING INNOVATION: 2+2=5 SPECIFIC MEDIA Consumenten omarmen vollegd de nieuwe mogelijkheden die digitale video biedt voor het bekijken, delen en becommentariëren van content. Wat betekent dit voor adverteerders die hun publiek willen bereiken en betrekken d.m.v. van video's? Wat betekent dit voor andere media kanalen? En wat betekent dit voor mediabedrijven? Een presentatie over het veranderende media-landschap en video research.	HOW TO REACH AND ENGAGE YOUR AUDIENCE THROUGH SOCIAL GAMING SPILGAMES Tijdens deze workshop wordt de sociale golf van de afgelopen jaren geanalyseerd en er wordt gekeken naar hoe gaming deel uitmaakt van deze belangrijke ontwikkeling. We zullen kijken naar de sociale gaming markt en overzicht geven over de manier waarop merken social gaming in hun voordeel kunnen inzetten. Tevens zal er worden ingegaan op de next steps in social gaming.	1 OP 1 MARKETING VIA BANNERS! ADRIAN KRONER Atlantic demonstreert a.d.h.v. pakkende voorbeelden haar targeting technologie. De technologie maakt het mogelijk om uw websitebezoekers, 1 op 1 te bereiken. Hierbij bepaalt de bezoeker zelf de content in de banner!	MOST POPULAR PAYMENT TYPES ADRIAN KRONER Op Emmerce eDay zal Dirk spreken over het aloude meten is weten; de adoptie van online data. Gelukkig zijn er veel organisaties die meten, maar er zijn er nog te weinig die daarmee ook iets weten.
14:00								14:00 - 14:05 RACE 4: INTERNATIONAL ONLINE SHOPPING RACE
14:15	53 MILLION UNIQUE VISITORS PER MONTH MIRIAM WARREN - YELP Yelp is in de Verenigde Staten de toonaangevende recensiecommunity met actuele informatie over de hipste restaurants, de modernste kledingzaken, maar ook over de beste bandenspecialist of de snelste loodgieter. Deze community had niet in een keer landelijke dekking, maar is van stad naar stad gegroeid en breidt zich nu ook uit naar Europa. Inmiddels heeft Yelp een betrokken community in de gehele VS en bovendien meer dan twintig miljoen reviews. Warren gaat in op de next steps in community management en het contact met eindgebruikers.	THE 3D PRINTER THAT PRINTS ITSELF ADRIAN KRONER - UNIVERSITEIT VAN BATH Bowler is een Britse ingenieur, wiskundige en professor aan de Universiteit van Bath en de initiator van het wereldwijde open source project RepRap. Een project dat heeft geleid tot een zelfkopiërende 3D-printer. De gevolgen hiervan zullen enorm zijn; de consument hoeft geen producten meer te kopen, maar print ze zelf direct in 3D. Een totaal nieuwe manier om het internet te gebruiken. The Guardian schreef over het project: 'RepRap has been called the invention that will bring down global capitalism, start a second industrial revolution and save the environment...'	LAUNCH FOUNDERS INSTITUTE JORIS VAN HEUKELOM & DIEDERICK GROESE & JIM STOLZE Founder Institute is een internationale organisatie die vanuit Silicon Valley intensieve mentorprogramma's over de hele wereld initieert. Het doel is om op die manier honderden startups klaar te maken voor de toekomst door hen toegang te geven tot kennis, mentoren, een netwerk van ondernemers en funding. Het programma in Nederland start dit najaar officieel en er is nog plek voor een handvol startups. Tijdens /Venture zal Founder Institute daarom twee wildcards weggeven aan ondernemers die op dit moment overwegen om van hun idee een nieuw bedrijf te maken. Joris van Heukelom zal een panel modereren met huidige founders en mentoren van the Founders Institute.	THE FUTURE OF ONLINE NETWORKS AND AGENCIES CLICKOBJECT Hierbij wordt ingegaan op de rol die agencies in netwerken spelen in het veranderende speelveld van online advertising. Met opkomende technieken zoals real time bidding (RTB) en de toename van het aantal partijen in de online value chain wordt de toekomst complexer terwijl de adverteerder juist behoefte heeft aan transparantie en overzichtelijkheid. Een visie over de ontwikkelingen in het speelveld.	PLATFORM ONAFHANKELIJK MERKEN INNOVEREN SANOMA MEDIA Content Publishing Director Eric Ariens laat aan de hand van inspirerende cross mediale praktijkcases zien hoe Sanoma Media haar merken vernieuwt en aanpast aan de snel veranderende mediawereld. Wat zijn de laatste ontwikkelingen op mobile en tablet gebied? Hoe komen de verschillende cross mediale platformen samen? En welke kansen biedt dit partners en adverteerders?	KWALITATIEVE LEADS UIT SOCIAL GAMING SCOOT MEDIA Binnen online marketing is incentivized traffic (beloofstructuur om leads of sales te genereren voor adverteerders) het meest besproken, helemaal op dit moment. De opkomst van social gaming zorgt voor een nieuwe stroming binnen incentivized traffic, virtueel currency. Deze vorm van lead/sale generatie is nieuw en relatief onbekend. Waar ligt de toekomst en welke kansen zijn er?	CROSS-CHANNEL IN E-BUSINESS DIJNAWEBBENIS De consument denkt niet in kanalen: de consument verwacht op ieder moment via ieder 'touchpoint' toegang tot services, producten en diensten. En wel nu. Meteen. In store, mobile, internet, social en straks TV, Auto etc.. Hoe maakt u deze ingangen relevant en stimuleert u verkoop en klanttevredenheid per ingang? Hoe optimaliseert u wisselwerking en voorkomt u cannibalisme? We bekijken de beste cases op dit vlak.	
14:30								
14:45					14:45 - 15:15 PAUZE			15:00 - 15:05 RACE 5: MEDIA CHANNEL DERBY
15:15		REVOLUTIONISING THE MUSIC INDUSTRY ROSS ADAMS - SPOTIFY In 2006 werd Spotify opgericht om directe toegang te bieden tot muziek op elke plek en tijdstip. Inmiddels heeft Spotify meer dan 10 miljoen geregistreerde gebruikers die gratis of tegen een kleine betaling beschikken over meer dan 13 miljoen nummers en heeft een enorme impact gehad op de traditionele muziekindustrie. What's next? Welke ontwikkelingen zijn er gaande binnen de muziek industrie en binnen Spotify zelf. Adams gaat in op de belangrijkste trends in de muziekindustrie en nieuwe ontwikkelingen binnen Spotify.		CONVERSION ATTRIBUTION 2.0: THE NEED TO MEASURE ACROSS CHANNELS ADVERTISEMENT Deze presentatie behandelt het dilemma dat professionele marketeers ondervinden in het bepalen van conversie attributie over verschillende kanalen heen. Hoe bepaalt u dit op een systematische en betrouwbare manier? Dus niet gestoeld op gevoel en gewoonte maar op wetenschappelijk onderbouwde techniek zodat de organisatie en marketeer feitelijke en analytische data gebruiken voor beslissingen.	COOKIE WETGEVING: DE GEVOLGEN EN OPSLOSSINGEN VOOR ADVERTEERDERS YD/RABOMOBIEL De vraag om privacy waarborging is groot bij consumenten. Ook de Tweede Kamer onderkent deze behoefte en nam om die reden een wetsvoorstel aan. Hoewel cookies niet leiden naar individuen is het van belang om in te spelen op deze behoefte van de consument. Weet u al hoe u dit wilt doen? Tijdens deze workshop krijgt u inzicht in de gevolgen van de nieuwe cookiewetgeving en worden u handvatten geboden.	HOE MAAK JE EEN 'WATERDICHTE' ONLINE CONTACTSTRATEGIE? ZORGANIZE André van den Reek bespreekt de ontwikkelingen op het gebied van email en online marketing en hoe deze communicatiekanalen effectiever kunnen worden ingezet als onderdeel van een integrale cross-channel contactstrategie. Hij gaat in op de 'hoe'-vraag, de bouwstenen en presenteert succesfactoren voor een integrale cross-channel contactstrategie. Centraal in dit verhaal staat 'relevantie'.	RIDING THE NEXT WAVE OF GROWTH 15:05 - 15:20 DAAN WITTEVEEN - DELOITTE Technologie gedreven bedrijven ervaren dat de levenscyclus van hun producten en business modellen steeds korter worden, in een periode van 20 jaar hebben bedrijven als IBM, Microsoft en zelfs Google zichzelf meerdere malen opnieuw uitgevonden en zijn waren hierin succesvol. Centraal staat de vraag hoe nieuwe opkomende business modellen moeten worden aanpast aan de snel veranderende wereld van vandaag.	
15:30								
15:45		REPORTING REVOLUTIONS: HOW AL JAZEERA SPREAD THE NEWS IN TIMES OF UNREST OUSAMA ITANI - AL JAZEERA Een jaar vol revoluties in de Arabische wereld heeft geleid tot dramatische veranderingen in de manier waarop Al Jazeera nieuws verzamelt en verspreidt. Naast het leveren van live streams is het snel groeiende netwerk met behulp van social media en online platforms essentieel om het nieuws te verspreiden.		HET CROSSMEDIALE SUCCES VAN THE VOICE OF HOLLAND RTL NEDERLAND The voice of Holland was dé hit van het afgelopen seizoen. In deze workshop geeft Arthur Clement een kijkje achter de schermen van dit format. Wat zijn de succesfactoren en welke nieuwe inzichten heeft dit opgeleverd? En ook: hoe passen we deze waardevolle inzichten toe in het nieuwe seizoen, zodat The voice of Holland II garant staat voor een spraakmakend succesvol crossmediaal format.	ADVERTISING ON HYBRID TV SMARTCIP Shirleen Chन्द्रapal bespreekt de recente explosieve groei van de Connected TV-markt. Daarbij gaat ze in op de kansen voor adverteerders, die willen insprijngen op de toegenomen vraag naar Smart TV's. De explosieve groei van constant online zijn, supersnel internet, gecombineerd met de talloze apparaten als laptops, smartphones en tablets, heeft de aard van onze communicatie ingrijpend veranderd.	LUISIER JE WEL NAAR DE KLANT? CONRAD ELECTRONIC/BAZAARVOICE Conrad Electronic - Europa's grootste webwinkel in elektronica en techniek - neemt u mee in de wereld van social commerce en de rol hiervan bij het centraal stellen van de klant. Wat zijn de voordelen? Wat zijn de valkuilen? Een praktijkgerichte presentatie gebaseerd op de ervaringen van Conrad.nl.		
16:00								
16:30								16:30 - 16:35 RACE 6: TRAVEL V RETAIL ONLINE DERBY
16:45					16:45 - 18:00 BORREL			Q&A ON ONLINE BUSINESS INNOVATION WITH PETE WILLIAMS 16:35 - 16:50 DELOITTE Een Q&A met Pete Williams, een wereldwijde thought leader op het gebied van innovatie en het gebruik van online technologieën en veelgevraagd spreker op het gebied digitale strategie en social media.