

EMERCE CONVERSION

	Grote Zaal	Studio	IJzaal
09.45 - 10.00	OPENING		
10.05 - 10.35	De noodzaak van grip op je data voor CRO en AI in 2026 Lucas Vos RTL Nederland	Van roadmap naar resultaat: elke test gekoppeld aan een commerciële KPI Mariska Buijs ANWB	Verder dan traditioneel A/B-testen: wat werkt, voor wie en waarom Maxime Hoekstra Ahold Delhaize
10.40 - 11.10	Scaling experimentation quality at Booking.com  Melanie Mueller Booking.com	Influencing behavioural change to scale experimentation  Melanie Kyrklund Specsavers	De evolutie van de perfecte productpagina  An Dewilde Telenet
11.10 - 11.40	KOFFIE BREAK		
11.40 - 12.10	Van best practice naar shopper mindset Lotte Reijmer Online Dialogue	Future of experimentation: Will AI replace the CRO specialist?  Mykhailo Datsenko Optimizely	Tefal UGC Playbook: Win met Conversie en AI Discoverability Quentin van de Calseyde [Groupe SEB] & Ruben de Ruijter Bazaarvoice
12.15 - 12.45	Waarom je bezoekers afhaken: de psychologie achter online teleurstelling Michael Aagaard MA Consulting		
12.45 - 13.45	LUNCH		
13.45 - 14.15	In 1.5 jaar van niets naar een succesvol CXO programma Nina Verheul [NRC Media] & Olf Koekoek ClickValue	Hoe bouw je een schaalbaar CRO programma: Live met Warmteservice  Niels Bronsvoot [Warmteservice] & Riccardo Momoli SQLI	
14.20 - 14.50	Data vertelt wat er gebeurt, gedragsstrategie verklaart waarom Florien Cramwinckel Cramwinckel et al.		
14.50 - 15.20	KOFFIE BREAK		
15.20 - 15.50	Voorbij de cijfers: waarom CRO niet zonder kwalitatief onderzoek kan Arie Bart de Vries NU.nl [DPG Media]	CRO in balans: Hoe meet je de impact van een experiment over verschillende kanalen? Florentine Huijsmans Praxis [Maxeda DIY Group]	Betere experimenten met co-creatie. Developers zijn je beste testpartner  Maite Bemelman VodafoneZiggo
15.55 - 16.25	Design for Impact: van idee tot product  Erin Weigel ABsmartly		
16.25 - 17.25	BORREL		