

# Oracle Modern CX Summit

19 november 2019  
Spant! Bussum

#OracleMCX



TIME	ACTIVITY		
9.00	Registratie en koffie		
10.00	Wilfred Scholman, Country Leader Oracle   Art Rooijackers, Dagvoorzitter		
10.10	Yuri van Geest   Initiator Singularity University en co-auteur Exponentiële organisaties		
10.35	Oracle Platinum partner		
10.55	Gerard Spans   CIO Arcadis		
11.10	TBC		
11.40	Lunch		
12.30	Value of Time in the Experience Economy   Shashi Seth, Senior Vice President of Oracle Marketing Cloud		
13.30	<b>TRACK 1: Marketing</b>	<b>TRACK 2: Services</b>	<b>TRACK 3: Innovation</b>
13.15	<p><b>Tijd voor de volgende stap. Voorbij de hype van Customer Data Platforms.</b> Door David Raab, founder CDP Institute &amp; Sara Ecklund, Director CX Strategy Oracle EMEA</p> <p>De behoefte aan CDP's ontstond toen marketeers massaal personalisatie begonnen na te streven. De behoefte wordt alleen maar groter omdat klanten verwachten dat je ze kent. Klanten volgen zelden voorgeschreven, lineaire reizen voordat ze overgaan tot een aankoop. Dus iedereen moet gewapend zijn met de juiste real-time klantinzicht en context, of je nu in marketing, sales, commerce of service zit. Hoe ga je hier mee om?</p>	<p><b>Hoe verbeter ik de klantbeleving: Van inzicht naar actie.</b> Door Platform van Klantgericht Ondernemen (PVKO)</p> <p>Als je als organisatie geen actie onderneemt op de online feedback die je verzamelt van klanten, is het draaien van een feedbackapplicatie op je website alleen maar gereedschap. Je neemt de klant niet serieus als feedback ergens in een systeem terecht komt waar alleen een verdwaalde marketeer soms even vluchtig een blik op werpt. De rest van de organisatie blijft verstoken van waardevolle klantinzichten en verandering blijft uit. En dat terwijl acties op inzicht uit feedback bijna altijd positieve uitkomsten hebben, als het op customer experience aankomt. Tijd voor actie.</p>	<p><b>Een oproep aan alle innovators, intrapreneurs en change makers. Design doing workshop</b> Door Robert van Espelo, Director of Business Innovation Oracle</p> <p>Stel je voor dat we je kunnen helpen om uw zakelijke uitdaging aan te pakken, een customer journey in kaart te brengen en vervolgens ideeën te genereren, die vervolgens binnen 10 weken worden getest met echte gebruikers - dat is onze Design Doing workshop in een notendop. In deze korte en versnelde sessie van 2 uur gebruiken we een fictieve zakelijke uitdaging om de Oracle NEXT co-innovatiemethode op toe te passen. Let op: Ook al sta je al ingeschreven voor de MCX Summit, apart aanmelden is nodig voor deze workshop. Wij kunnen slechts een klein aantal aan deze workshop laten deelnemen om de kwaliteit te waarborgen.</p>
14.00	<p><b>De klantbeleving als wapen voor tevreden klanten</b></p> <p>In de Experience Economy zijn klanten innovators. Dus hoe ga jij niet alleen aan de verwachtingen voldoen, maar deze overtreffen? Om leider te worden in de Experience Economy moet men verder te denken dan het eigen vakgebied. Het domein van klantbeleving is breed en je meest belangrijke onderscheidende factor. Welke rol pak jij als het gaat om het verbeteren van de klantervaring?</p>	<p><b>Service is je brand. Do it als Nike, VodafoneZiggo en LinkedIn</b></p> <p>Vroeger konden onderscheidende merken – denk aan Philips, Nike en KLM – zich nog differentiëren met hun unieke branding. Tegenwoordig moeten ook deze merken op zoek naar nieuwe manieren om het verschil te maken. Ook zij moeten het hebben van aanvullende servicediensten naast de hoofdpropositie. Zo kunnen goede (digitale) selfservice-faciliteiten de klantervaring zeer versterken. KLM, Nike, VodafoneZiggo en LinkedIn leiden de weg. Leer in de sessie hoe. markt hierop te wachten? Wat zijn de uitdagingen en de mogelijkheden?</p>	
14.45	Coffee		

TIME	ACTIVITY		
	TRACK 1: Marketing	TRACK 2: Services	TRACK 3: Innovation
15.00	<p><b>Consumerization in B2B</b></p> <p>De consumerization van B2B is in volle gang. De klantbeleving die wij ervaring in B2C zorgt ook voor hogere verwachtingen in de B2B-wereld. Ook B2B-kopers kopen steeds liever online of praten ze steeds later in het proces pas met een sales. Als gevolg hiervan worden sociale, mobiele, AI en digitale assistenten opeens cruciale componenten in de toolkit voor B2B-marketeers. Leer meer in deze sessie.</p>	<p><b>Subscription-based services. Het nieuwe goud?</b> Door Dirk Mulder, Trade &amp; Retail at ING Nederland</p> <p>De klantbeleving bij veel retailers is nog niet optimaal. Met de komst van de grote internationale platformen is het voor de Nederlandse retail een must om de klantreis perfect op orde te hebben. Er is daarom een groeiende interesse voor innovatie en nieuwe businessmodellen om je te onderscheiden ten opzichte van de concurrentie. Een trend hierin is subscription-based services. Een businessmodel die in de muziek en filmindustrie bekend is, maar hoe zit dat met producten? Mercedes-Benz, VanMoof, IKEA, House of Einstein, SwapFiets zijn er al mee aan de slag gegaan. Hoe gaat dit in zijn werk? Zit de markt hierop te wachten? Wat zijn de uitdagingen en de mogelijkheden?</p>	<p><b>Tijd voor de volgende stap: Innoveer en transformeer de customer journey</b></p> <p>Leer in deze sessie hoe je unieke ervaringen kunt creëren - verrassend en gepersonaliseerd. Deze sessie is perfect voor bedrijven die klantloyaliteit willen opbouwen om zich te onderscheiden van de concurrentie.</p>
15.45	MINDF*CK door Victor Mids, Illusionist		
16.30	Drinks, DJ & netwerken		