



Business uit data

Data centric business solutions voor uitgeefmedia

Het is duidelijk dat data een kritische succesfactor zijn voor de toekomst van uitgeefmediabedrijven. Artificiële intelligentie (AI) en machine learning (ML) zijn 'game changers' in de verdienmodellen in de uitgeefmediamarkt en voice komt daar nu bij, evenals het Internet of Things. Het wordt steeds meer mogelijk om op basis van data te monetizen. Veel uitgevers zijn al een eind op weg om gepersonaliseerde diensten en producten op het juiste moment in de juiste context te kunnen leveren. Vandaag gaan we kijken hoe we de transformatie naar een data centric business verder vorm kunnen geven en daar geld mee te kunnen verdienen.

Organisaties die een manier hebben gevonden om data en concrete producten/diensten te koppelen, blijken in de markt succesvol te opereren. In deze bijeenkomst onderzoeken we hoe je je processen en activiteiten nog meer en beter op basis van data kan inrichten. Vandaag onderzoeken we welke manier van organiseren en welke organisatiecultuur helpen om relevantie en betekenis toe te voegen aan data om je portfolio- en marketing-/salesbeslissingen te onderbouwen. Ook willen we weten welke data nieuwe devices op gaan leveren. Aan de hand van een aantal praktijkcases leren we hoe de transformatie naar een datagedreven publisher vorm kan krijgen.

Na deze bijeenkomst

- ben je bekend met de nieuwste trends in data science;
- weet je hoe je van big naar smart data opschuift;
- weet je welke stappen je kan zetten om data in je business te embedden;
- krijg je inzicht in een aantal praktijkcases van (B2B en B2C) mediabedrijven die weten hoe ze data kunnen monetizen.

PRAKTISCH

Voor wie?	CEO's, directies, developers, business-, product-, content-, marketing- en salesmanagers, uitgevers en hoofdredacteuren in uitgeefmediabedrijven die hun strategie en executie willen plotten op basis van smart data
Wanneer?	Dinsdag 26 maart 2019, 13.30-17.30 uur
Waar?	de Mediafederatie, Hogehilweg 6, 1101 CC Amsterdam.
Kosten?*	Gratis voor MVW-leden*; leden van GAU, GEU, MMA en NDP Nieuwsmedia betalen € 175,-*; niet-leden betalen € 350*. Prijzen excl. btw en incl. afsluitende borrel.
Let op!	Kosteloos afmelden is alleen mogelijk tot 5 werkdagen vóór aanvang van de bijeenkomst. Bij afmeldingen die deze termijn overschrijden of in geval van no show, zijn wij genooddaakt het gehele bedrag in rekening te brengen, <u>dit geldt óók voor alle leden van MVW</u> . Je kunt altijd een vervanger aanmelden.

[MELD JE DIRECT AAN](#)

SPREKERS



John Poppelaars, Practice Leader Advanced Analytics bij BearingPoint

Daan Odijk, Lead Data Scientist bij RTL

Joy van Baren, Chief Everything Officer bij Walter, Wolters Kluwer

Matthijs Tielman, Lead Strategist bij Wayne Parker Kent (WPK)

PROGRAMMA

13.30 Ontvangst en deelnemersregistratie

13.50 Welkom

Door [Nineke van Dalen](#), directeur Mediafederatie Academy

14.00 Inleiding: De slag om data

Door [John Poppelaars](#), Practice Leader Advanced Analytics bij BearingPoint

John brengt de jongste ontwikkelingen met betrekking tot data science, de kansen voor kleinere spelers versus de dominante wereldspelers, de impact op de (generieke) bedrijfsprocessen en opstartkosten in kaart. Aan de hand van praktijkvoorbeelden toont hij succesvolle datagedreven businesscases maar analyseert hij ook use cases die niet werken. Daarnaast zal John uitgebreid stilstaan bij de inrichting van een ideale datagedreven businessorganisatie, datamanagement in de praktijk en hoe je data inbedt en zekert in beslisprocessen en workflows. Ook licht hij toe hoe data science samenhangt met uitgeefprocessen en komen rollen en skills nodig voor personalisatie, marketing automation en de optimalisatie van marketing/sales funnels aan bod.

14.45 Inspiratie: Op zoek naar vermaak met data science en AI; data in het hart van RTL

Door [Daan Odijk](#), Lead Data Scientist bij RTL

Als het grootste commerciële televisiebedrijf van Nederland in een dalende tv-markt, stelt RTL een hechte relatie en interactie bezoekers, volgers en kijkers centraal, via elk denkbaar kanaal. Het data scientist team van RTL is de centrale engine voor zowel de consumenten-, content-, context- als marketing- en salesoperatie van RTL. Personalisatie, kijkcijferoptimalisatie, aanbodsturing streaming, effectiviteit van bereik voor adverteerders, contentinnovatie: allemaal voorbeelden van waardecreatie door data en AI. Daan laat zien hoe hij en zijn team tot relevante data-analyse en -interpretatie komen en op welke KPI's er wordt gestuurd. En natuurlijk zijn we nieuwsgierig naar de resultaten van deze inzet van data science. Ook de plek in de organisatie en de samenwerking met de andere onderdelen van RTL komen aan bod.

15.30 Pauze



15.45 B2B use case Walter

Door [Joy van Baren](#), Chief Everything Officer bij Walter, Wolters Kluwer

Walter is een nieuw initiatief van Wolters Kluwer voor arbeidsrecht-advocaten. Walter wordt via de Lean Startup methode ontwikkeld met een klein team. Door klantdata, verzameld via interacties met honderden juristen, content (ook van derden) en artificial intelligence te combineren, biedt Walter oplossingen in de workflow van de advocaat. Walter voorziet hem/haar van actiegerichte inzichten die aansluiten bij zijn/haar context en specifieke casuïstiek. Joy is initiatiefnemer, team captain, en product owner van Walter en linking pin naar moederbedrijf Wolters Kluwer. In deze use case gaat zij in op de aanpak, organisatie, teamrollen en skills en deelt zij haar inzichten die tijdens de totstandkoming van Walter ontstonden.

16.15 B2C use case: Wayne Parker Kent: vanuit eigen kracht naar een waardevolle branded propositie

Door [Matthijs Tielman](#), Lead Strategist bij Wayne Parker Kent (WPK)

WPK bereikt miljoenen gebruikers per maand en dit levert veel data op. 'Maar op welke manieren kunnen we deze enorme hoeveelheid data proactief inzetten om meer pitches te winnen?' was de vraag die WPK zich stelde. Een pitch voor een biermerk triggerde een oplossingsrichting die laat zien dat werken met data ook klein kan beginnen en toch een waardevolle propositie voor de opdrachtgever kan opleveren. Matthijs illustreert hoe WPK te werk is gegaan en wat de impact was voor de samenstelling van het team, de samenwerking met de rest van de organisatie, skills, tooling, trial and error, resultaten, tips en valkuilen, next steps.

16.40 Napraten met een hapje en een drankje

INFORMATIE

Voor meer informatie neem je contact op met [Judith Sloothaak](#), telefoon 020 - 430 91 65.

Inschrijfformulier

*Betalings- en annuleringsvoorwaarden

Na deelname ontvang je van ons een factuur. Het is altijd mogelijk om een vervangende collega in jouw plaats te laten deelnemen indien je ons hierover informeert. Bij afmelding 0 t/m 5 werkdagen voor de bijeenkomst wordt 100% in rekening gebracht. Voor MVW-leden vervalt bij afmelding binnen 5 werkdagen de korting van € 175,-. Dit bedrag wordt dan alsnog in rekening gebracht.

Voor werkgevers zijn deze zakelijke scholingskosten fiscaal aftrekbaar. Voor particulieren zijn scholingskosten aftrekbaar van de inkomstenbelasting. Daarbij geldt een drempelbedrag van € 250,-.