

## Woensdag 13 juni en Donderdag 14 juni

# Programma

Programma Adformatie Lounge

### Woensdag 13 juni

10:45 - 11:25

**De opkomst van het merk Floris van Bommel**

**Spreker: Floris van Bommel - Creatief brein van schoenfabriek van Bommel**

Floris vertelt over de opkomst van het merk Floris van Bommel, de communicatie rond het merk en werken in een familiebedrijf. Van Bommel (36) is het creatieve brein van de schoenfabriek. Hij ontwerpt de verschillende collecties en staat aan het hoofd van de communicatieafdeling. De reclamecampagnes ontkomen niet aan Floris' creatiedrang. Hij schreef, speelde en zong zelf de muziek voor commercials die uitgezonden werden op onder andere MTV. Hij tekende zelf met balpen advertenties voor landelijke campagnes en verzint advertenties met dringende boodschappen als: 'Floris van Bommel advises you and your friends to hide under a rock or in a cave.'

11:40 - 12:20

**Het succes van duurzame relaties.**

**Spreker: Cees van Riel - Hoogleraar Corporate Communications, Erasmus Universiteit Rotterdam**

Om succesvol te kunnen zijn, is iedere organisatie afhankelijk van duurzame relaties, met zowel interne als externe groepen. Zonder financiers, afnemers en medewerkers kunt u als organisatie niet overleven. En al die interne en externe stakeholders doen natuurlijk het liefst zaken met organisaties die ze waarderen. Hoe zorgt u er nu voor dat uw organisatie de meeste credits krijgt? 'De alignment-factor' laat aan de hand van vier stappen zien hoe u als communica-

tieprofessional voor uw organisatie duurzame relaties opbouwt en ze op langere termijn onderhoudt. Van Riel is hoogleraar Corporate Communications aan de Rotterdam School of Management van de Erasmus Universiteit in Rotterdam. Hij schreef eerder de boeken 'Handbook of Corporate Communication', 'Identity and Images' en 'Principles of Corporate Communications.'

13:00 - 13:40

**The huge healing of brands.**

**Spreker: Mark Woerde - Co-founder & Strategy Director Lemz**

Mark Woerde will inspire you to unleash the huge healing potential of brands. Forget about tho-

se typical ad-industry awards and focus on something bigger (like, say, the Nobel Prize) and you'll be amazed how inspired your work will be.

Mark is the co-founder and strategy director of the award-winning Dutch advertising agency Lemz. He has worked as a consultant to many notable organizations, including Ikea, Artsen zonder Grenzen, Unilever and Sara Lee. In 2011 he launched Letsheal.org, an initiative that is intended to be a launching off point for promoting prosocial and meaningful marketing by sharing insights. His book How Advertising Will Heal the World and Your Business became a 'bestseller' in 2011 and got worldwide media coverage.

13:40 - 14:20

**Return to creativity?**

**Spreker: Nick Bailey - Executive Creative Director, AKQA Amsterdam**

We're frequently hearing about

how our industry needs a 'return to creativity,' how, since the long, slow decline of what the former masters of the advertising universe term the 'golden age,' creativity has been replaced by dry digital functionality.

What if creativity is not enough?

Creativity is defined as 'the ability to transcend traditional ideas, rules, patterns and relationships and to create meaningful new ideas, forms, methods, interpretations' while virtuosity is the performance of 'someone with a dazzling skill or technique in any field or activity'. It's not easy to be original - nonetheless creative people do it every day. But truly to dazzle, to delight and surprise with the sheer audacity, bravery, bar-raising boldness of what you have done: that is rare. That is virtuosity.

Bailey is widely recognised as a creative innovator. He leads the creative output of AKQA's Amsterdam office, delivering category-defining work for Nike, EA Sports, Heineken, Diageo and Tommy Hilfiger. Most recently, he was awarded a Cannes Lion Gold for Heineken Star Player.

14:30 - 15:10

**Connected Media from a creative perspective. How to use mobile devices to tell brand stories.**

**Spreker: Scott Seaborn - Mobile & Tablet Media Expert**

A 30 minute tour of the mobile creative landscape, from history to format and where we will be by the year 2020 (the future of advertising). Seaborn (Mobile >

> & Tablet Media Expert) created the mobile division at Ogilvy and Mather Advertising and leads its operation across the 10 Ogilvy Group agencies. His campaign work has contributed towards winning over 20 awards

for mobile marketing including multiple Cannes Lions, D&AD, DMA, Creative Circle, London International, IAB, MMA, BIMA, Campaign Big, Revolution and NMA.

15:10 - 15:50

**Facebook inzetten als meest waardevolle marketing & communicatieplatform**

**Spreker: Arno Lubrun - Country Manager Facebook BeNeLux**

Arno Lubrun is Country Manager voor Nederland, België en Luxemburg voor Facebook. Daarvoor was Arno werkzaam bij Microsoft. Hij heeft zijn ervaring opgedaan in verschillende consultancy, sales en marketing en managementposities. Arno heeft altijd een passie gehad voor wat technologie kan betekenen voor communicatie en gelooft dat we pas de eerste tekenen zien van hoe totaal zal veranderen hoe mensen, organisaties en overheden met elkaar communiceren en werken.

16:00 - 16:30

**Sponsoring & Strategie**

**Spreker: Bas van Oosten - Account Director bij Trefpunt Sports en Entertainment**

Steeds meer organisaties zien sponsoring als een integraal onderdeel van hun bedrijfsstrategie. In het verleden viel sponsoring vaak direct onder de

Adformatie

directie met als gevolg dat het vaak los kwam te staan van de overige bedrijfsactiviteiten. Maar we zien nu steeds meer goede voorbeelden van geïntegreerde activatie. Waarbij vanuit verschillende invalshoeken maximaal geprofiteerd wordt van de kracht van sponsoring als een platform met unieke ervaringen voor hospitality, sociale media, interne trots en sales promotie. De grote vraag is steeds meer: heeft een aparte sponsorafdeling nog toegevoegde waarde of is dit juist een rem op de ontwikkeling van sponsoring als geïntegreerd instrument? Op deze vraag gaat Bas van Oosten dieper in. Hij is accountdirector bij Trefpunt Sports en Entertainment, het meest Olympische sportmarketing bureau van Nederland.

## Donderdag 13 juni

10:45 - 11:25

**Crafting strong brand vision**

**Spreker: Anne Charbonneau - Managing Partner Brandgym Amsterdam**

Crafting a strong brand vision may be hard, but turning it to action to drive growth is even tougher. This talk is for those of you who don't want to end up with a template full of generic words that will catch dust in the drawers of the marketing department and want to crack an inspiring, differentiated and action-oriented vision and positioning for their brand. Based on many years of experience helping brand leaders develop their brand vision and using real life examples, the brandgym will provide the 7 critical steps to help you successfully develop a vision for your brand. Charbonneau is marketing coach and the Managing Partner of the Brandgym Amsterdam, working internationally as well as locally. She has 20 years experience helping client from Nike, Nissan, Absolut, Unilever to Mars and Danone.

11:30 - 12:10

**Foster Creativity, avoid Mediocrity**

**Spreker: Tom Fishburne**

Tom will parody innovation pitfalls and showcase how companies can foster creativity, avoid mediocrity, and create more re-

markable products. Geek Squad described advertising as a 'tax for unremarkable thinking'. The creative process shouldn't end after the brainstorm, yet ideas often suffer a thousand cuts in the process of bringing them to life. Tom will use cartoons and case studies to shed light on the path of transforming ideas into new products and frame ways to build a culture that champions creativity and overcomes idea killers. Fishburne started drawing cartoons on the backs of Harvard Business School cases. His cartoons have grown by word of mouth to reach 100.000 business readers each week and have been featured by the Wall Street Journal, Fast Company, Forbes, and the New York Times.

12:10 - 13:00

**Effectiveness of Mobile Campaigns**

**Spreker: Jonathan MacDonald - Co-founder This Fluid World**

Personal media channels such as mobile require a different and a more personal approach to marketing. Very few brands so far have cracked down how to construct appealing, trustworthy and persuasive copy that, at the same time, safeguards the user experience. And the success of any campaign is ultimately down to the number of people who opt-in, stay on and engage. How to set up effective campaigns for mobile? How to set up advertising and messages in such a way that it complements the way that real people make decisions? How to exploit the benefits of ultra personal media? Jonathan will talk about the effectiveness of campaigns, customer engagement, human interaction and the specifics of mobile. He is the co-founder of this fluid world, a boutique con-

sultancy that achieves strategic and commercial results for clients by fusing traditional with new, ensuring clarity through noise filtering, and by offering services based on broad horizontal thinking and deep vertical understanding.

13:30 - 15:00

**Finale Van Speijk Innovatie Prijs**

**Spreker: Jeff Gaspersz - Hoogleraar Innovatie, Nyenrode Business Universiteit**

De Van Speijk Innovatie Prijs richt zich op bedrijven en innovators met als core business het realiseren van creatie, productie en/of distributie van communicatieproducten en -uitingen. Grijp je Kans! Gaspersz geeft voorafgaand aan de finale een inspirerend seminar en praktische adviezen over hoe u als marketeer uw kansgericht denken kunt versterken en tot doorbraakideeën kunt komen. Gaspersz is hoogleraar innovatie bij Nyenrode Business Universiteit en adviseur op het gebied van innovatiemanagement en business creativiteit. Hij ondersteunde een grote diversiteit van organisaties bij het vinden en benutten van nieuwe kansen. Hij schreef verschillende boeken over innovatie en creativiteit.

Verder: LIVE pitches door de winnaars voorrondes, juryberaad (onder leiding van Leo van Sister), de uitslag en uitreiking Van Speijk Innovatie Prijs.

15:30 - 16:10

**De geboorte van een innovatief product voor mobile marketing**

**Spreker: Babak Monfared - Joh Enschede Digital, Endeavour Media (Powered by Adobe)**

Innovatie wordt vaak genoemd en geroemd als de succesfactor voor elk bedrijf. Maar hoe maak je van een goed idee een succesvol product? Dit is het verhaal van de geboorte van zo een innovatief product: Chameleon platform, van print naar mobile marketing platform.