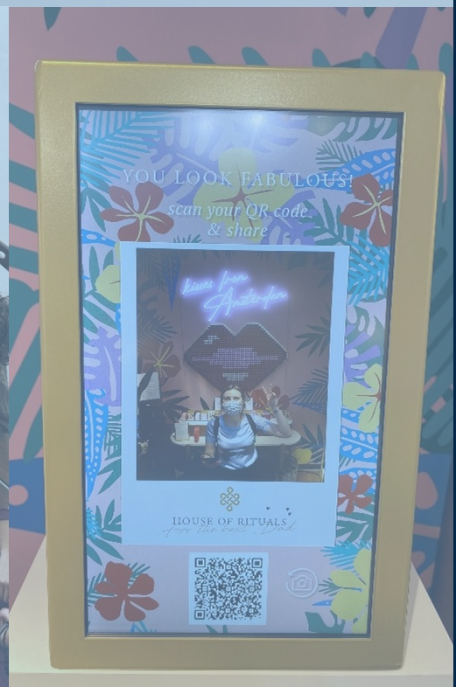
15 PE PUNTEN
PERMANENTE EDUCATIE
nima

Masterclass
Digital Retail Strategy 2026

VOOR TALENTEN MET 2 TOT 5 JAAR WERKERVARING IN DE RETAILOMGEVING DIE HET DIGITALE RETAILSPEL WILLEN BEGRIJPEN OM OPTIMAAL TE KUNNEN PARTICIPEREN



Q&A RETAIL

ANTON DREESMANN
LEERSTOEL RETAILSTRATEGY & MARKETING

Harvard Business School

DIGITAL RETAIL STRATEGY

Jouw toolkit voor de digitale retail van morgen

De retailwereld verandert in sneltreinvaart. AI, data, platforms en nieuwe consumentgedragingen zetten het spel volledig op z'n kop. Wie het digitale retailspel wil begrijpen – en er direct mee aan de slag wil – kan niet achterblijven.

In vier intensieve sessies krijg je de kennis, tools en het netwerk om met zelfvertrouwen bij te dragen aan de digitale toekomst van jouw organisatie. Deze masterclass geeft je niet alleen inzicht in de nieuwste digitale trends, maar helpt je vooral om deze te vertalen naar jouw eigen werkpraktijk.

Wat je leert

Na de masterclass begrijp je:

- ✓ de nieuwste internationale digitale retailtrends en hoe die jouw business raken
- ✓ hoe AI en data het verschil maken in marketing, e-commerce en klantreizen
- ✓ hoe je digitale strategie omzet naar actie in jouw organisatie
- ✓ hoe platformeconomieën werken en welke kansen ze bieden
- ✓ welke lessen ervaren digital leaders delen voor de toekomst

En minstens zo belangrijk: je leert van en met andere jonge retailers en breidt je netwerk flink uit.

Q&A RETAIL

VOOR WIE

Deze masterclass is speciaal ontwikkeld voor jonge professionals met twee tot vijf jaar werkervaring in de retail- of FMCG-sector. Denk aan mensen die dagelijks bezig zijn met marketing, formule, inkoop of e-commerce en die merken dat de digitalisering van de retail steeds meer impact krijgt op hun werk.

Misschien werk je in een marketingteam en vraag je je af hoe je campagnes kunt versterken met digitale tools. Of je bent inkoper en ziet dat platformen en AI de keten op een andere manier vormgeven. Of je wilt als formulemanager snappen hoe klantgedrag in een omnichannel-wereld verandert. Herken je jezelf hierin? **Dan is deze masterclass voor jou bedoeld**.

De groep bestaat uit maximaal twintig deelnemers. Dat zorgt ervoor dat er voldoende ruimte is voor interactie, discussie en het uitwisselen van ervaringen.

> *Inspirerende sessies waarbij het leuk is om te sparren met conculega's binnen het werkveld over de toekomst van retail!*
>
> **Guido Abbas**
> **Bever**

> *Leuke mensen, zeer ter zake kundig. Veel praktijk ervaring, dat vind ik erg belangrijk. Ik heb veel geleerd op de Retail Masterclass en heb het ook aanbevolen bij enkele van mijn collega's!*
>
> **Fabian Lustig**
> **Salesforce**

> *Hele interessante masterclass 'Digital Retail Strategiy' gevolgd. Goede zorgen en kwalitatief sterke inhoud!*
>
> **Zoë Brouwers**
> **PLUS Retail**

GECERTIFICEERD DOOR DE STICHTING

ANTON DREESMANN
LEERSTOEL RETAILSTRATEGY & MARKETING

GEACCREDITEERD DOOR

NIMA – 15 PE punten

Q&A RETAIL

ANTON DREESMANN
LEERSTOEL RETAILSTRATEGY & MARKETING

PROGRAMMA

Het programma bestaat uit vier sessies, waarin theorie en praktijk hand in hand gaan. Colleges worden afgewisseld met workshops, teamwork, cases en discussies. Zo vertaal je de nieuwste inzichten direct naar je eigen praktijk.

13
MEI

SESSIE 1 | 09.00 – 20.00 | INTRODUCTION TO DIGITAL RETAIL & DIGITAL INFRASTRUCTURE

Retail zit in een digitale stroomversnelling. Waar is deze begonnen? Wat heeft de digitalisering van de retailindustrie geaccelereerd? Tijdens de introductie staan we stil bij de digitale ontwikkelingen in retail. De belangrijkste basisprincipes van retail komen voorbij.
Digitale retail organisaties opereren op een andere manier dan traditionele retail organisaties, dit vraagt om een andere infrastructuur in het bedrijf. We laten zien waar de grootste verschillen zitten en hoe onder andere IoT hieraan bijdraagt. Ook leggen we uit welke kansen er zijn op het gebied van digitale infrastructuur en hoe je hier op in kunt spelen.

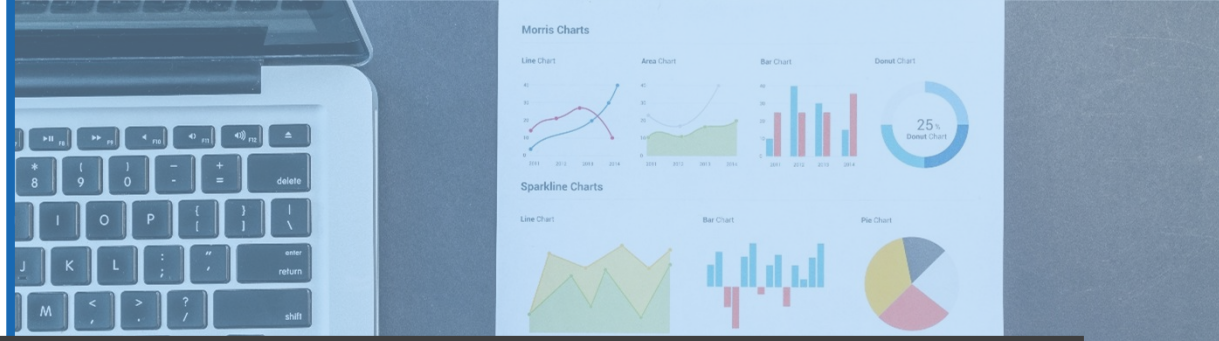
Programma

09:00 uur	Welkom + kennismaking
10.00 uur	College: Introduction to Digital Retail
11.00 uur	College: Digital Infrastructure
11.45 uur	Uitleg opdracht Harvard Business Case
12:30 uur	Lunch
13.00 uur	Case en teamwork
15.30 uur	Pitches en discussie
18.00 uur	Welkomstdiner

Q&A RETAIL

ANTON DREESMANN
LEERSTOEL RETAILSTRATEGY & MARKETING

PROGRAMMA



3 JUNI

SESSIE 2 | 09.00 – 17.00 | AI IN RETAIL

We verdiepen ons in Artificial Intelligence (AI) en de ontwikkelingen en kansen in retail rondom dit thema. Wat is Artificial Intelligence precies en hoe heeft het zich zo snel ontwikkeld? We staan stil bij de laatste ontwikkelingen maar zoomen ook in op de valkuilen.
In de middag staan we stil bij welke rol AI speelt binnen retail. Waar zien we het op dit moment, wat verwachten we van AI in retail in de toekomst en hoe zet je het in het dagelijks leven is om efficiënter en beter te werk te gaan?

Programma

09:00 uur	College: Wat is AI?
10.45 uur	Groepsdiscussie
12.30 uur	Lunch
13.00 uur	College: AI in Retail
14:00 uur	Teamwork: werken met AI
17.00 uur	Afsluiting

17 JUNI

SESSIE 3 | 09.00 – 17.00 | DIGITAL MARKETING

We weten allemaal hoe belangrijk een unieke marketingstrategie is in retail. En digitale marketing speelt steeds vaker de hoofdrol hierin. We kijken naar de werking van digitale marketing strategieën en hoe je deze kunt toepassen in de praktijk. Hierbij zoomen we in op de customer journey. Wat is de impact van de digitale ontwikkeling op de customer journey van de klant en hoe zorg je ervoor dat deze, ondanks de vele touchpoints, zo frictieloos mogelijk wordt?

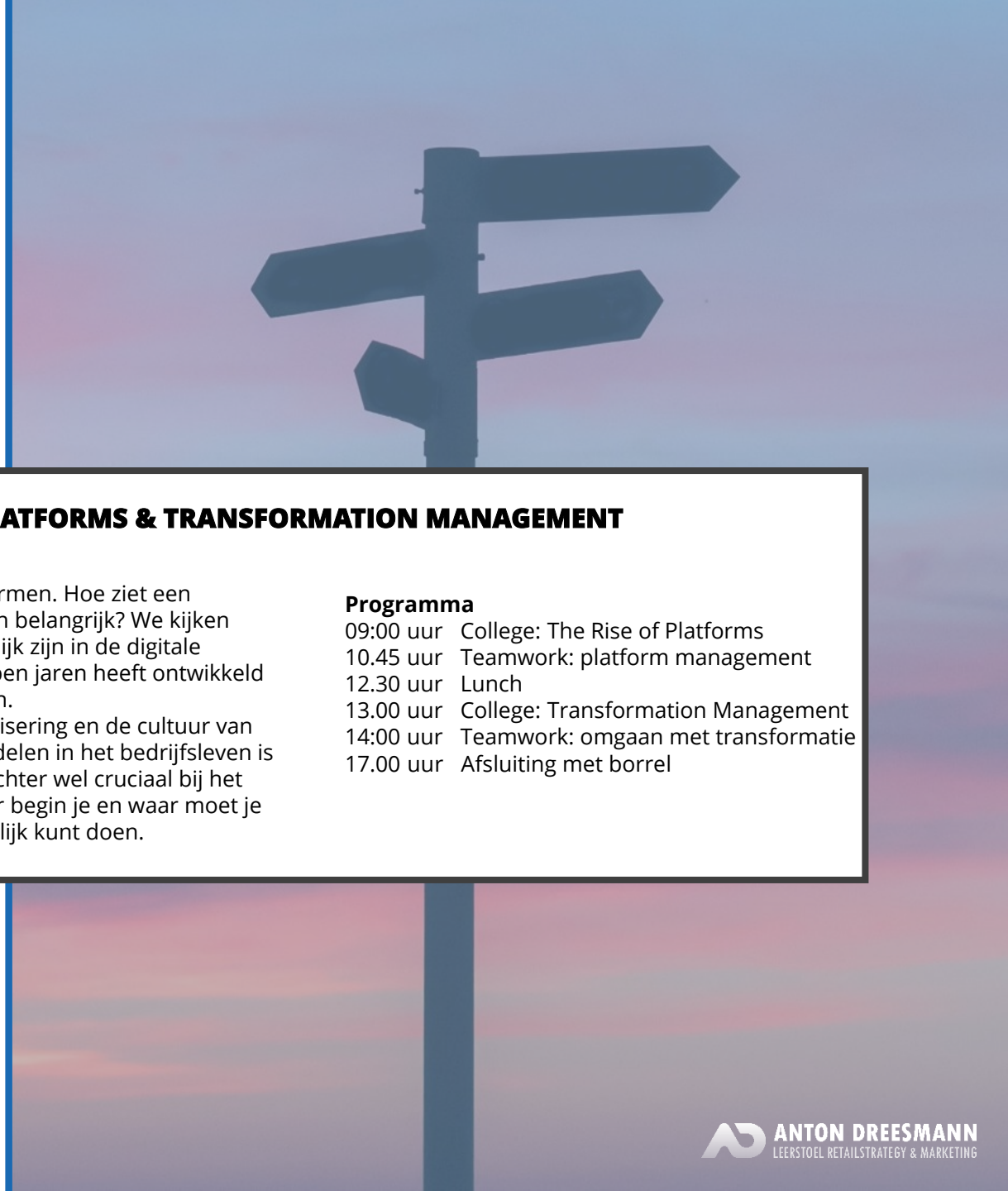
Programma

09:00 uur	Gastcollege: Digital Marketing
10.45 uur	College: Customer Journeys
11:45 uur	Introductie case en teamwork
12.30 uur	Lunch
13.00 uur	Case onder begeleiding gastspreker
15.30 uur	Discussie
17.00 uur	Afsluiting

Q&A RETAIL

ANTON DREESMANN
LEERSTOEL RETAILSTRATEGY & MARKETING

PROGRAMMA



1
JULI

SESSIE 4 | 09.00 – 18.00 | THE RISE OF PLATFORMS & TRANSFORMATION MANAGEMENT

Tijdens de laatste sessie focussen we ons op platformen. Hoe ziet een platform economie eruit en welke spelers zijn hierin belangrijk? We kijken naar de verschillende business modellen die mogelijk zijn in de digitale wereld. We lichten toe hoe de klantreis zich afgelopen jaren heeft ontwikkeld en hoe deze er in het digitale landschap uit kan zien.
Ten slotte staat het transformatieproces van digitalisering en de cultuur van de organisatie centraal. Eén van de lastigste onderdelen in het bedrijfsleven is het veranderen van de manier van denken. Dit is echter wel cruciaal bij het adapteren van een (nieuwe) digitale strategie. Waar begin je en waar moet je op letten? Je krijgt tips hoe je dit zo succesvol mogelijk kunt doen.

Programma

09:00 uur	College: The Rise of Platforms
10.45 uur	Teamwork: platform management
12.30 uur	Lunch
13.00 uur	College: Transformation Management
14:00 uur	Teamwork: omgaan met transformatie
17.00 uur	Afsluiting met borrel

Q&A RETAIL

ANTON DREESMANN
LEERSTOEL RETAILSTRATEGY & MARKETING

STUDIEMATERIAAL

Voorafgaand aan de sessies ontvang je huiswerk die de basis vormen van het programma. Van deelnemers wordt verwacht dat ze zich hierop voorbereiden, gemiddeld twee uur per sessie.

- ✓ **Wetenschappelijke artikelen vanuit o.a. Harvard Business**
- ✓ **Digitale onderdelen uit Retailmarketing** (F. Quix, 2024)
- ✓ **Onderzoeksartikelen vanuit o.a. McKinsey en Deloitte**
- ✓ **Harvard Business case methode**

LOCATIE

De sessies vinden plaats in Amersfoort (Koningin Wilhelminalaan 21), op loopafstand van het centraal station. Goed bereikbaar met zowel de trein als de auto.

DOCENTEN & ORGANISATIE

Frank Quix
Hoofddocent

Frank Quix is oprichter en eigenaar van Q&A Retail, waar hij iedere dag retailers probeert te helpen om telkens weer iets beter te kunnen presteren. Hij doceert Retailmarketing aan de Universiteit van Amsterdam en is auteur van verschillende boeken (o.a. Retailmarketing). Tijdens de opleiding inspireert hij je met talloze voorbeelden, vernieuwende visies en scherpe analyses.

John Terra
Hoofddocent

John Terra is operationeel directeur van Q&A Retail, waar hij met de bril van de consument én de retailer naar de dynamische retail praktijk kijkt. Hij helpt retailers graag beter te presteren door de modellen van retail marketing in de praktijk toe te passen. Hij heeft een grote diversiteit aan projecten uitgevoerd bij verschillende retailers en binnen verschillende sectoren en deelt zijn kennis graag met anderen.

Evy Ruers
Coördinator

Evy Ruers is senior retail consultant bij Q&A Retail. Met een analytische en creatieve blik helpt ze de klant de retailwereld te begrijpen en aan te pakken! Verder ondersteunt ze bij verschillende onderwijselementen om mensen met een passie voor retail verder op weg te helpen.

Q&A RETAIL

ANTON DREESMANN
LEERSTOEL RETAILSTRATEGY & MARKETING

GA JIJ DE UITDAGING AAN?

Neem contact op met Evy
eruers@qanda.nl

KOSTEN

INCLUSIEF

- ✓ 4 interactieve sessies;
- ✓ Toegang tot digitale hoofdstukken en (wetenschappelijke) artikelen;
- ✓ Ervaren gastsprekers die de praktische kant laten zien;
- ✓ Uitgebreide lunch tijdens elke sessie & een welkomstdiner en eindborrel;
- ✓ Certificaat uitgegeven door de Stichting Anton Dreesmann;
- ✓ 15 PE-punten uitgegeven door NIMA.

€ 2.525,-
(excl. btw)
Voor leden van de Stichting Anton Dreesmann

€ 3.895,-
(excl. btw)
Voor niet-leden

Q&A RETAIL

ANTON DREESMANN
LEERSTOEL RETAILSTRATEGY & MARKETING