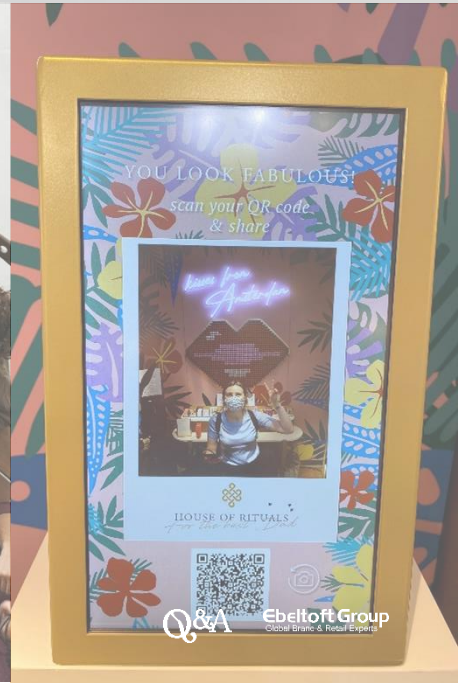


Masterclass Digital & Tech Strategy in Retail 2024

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



INTRODUCTIE

De retailwereld zit in een digitale stroomversnelling. Investeren in een digitale strategie is geen pre meer maar een must voor retailorganisaties.

Daarom spelen snelheid, adaptiviteit, lerend vermogen en excelleren juist in het opzetten en doorvoeren van een digitale strategie een hoofdrol.

Dit is hét moment om je kennis uit te breiden en een fundamentele basis over digitale retail strategie te leggen.

Na de Masterclass Digital & Tech Strategy in Retail weet je hoe het digitale retailspel werkt. In het bijzonder:

- ✓ wat de nieuwste internationale retailtrends zijn op digitaal gebied;
- ✓ welke data analytics en AI skills belangrijk zijn en hoe je deze skills kunt toepassen in de praktijk;
- ✓ hoe digitale experts in de retailomgeving te werk gaan en wat hun belangrijkste lessen zijn voor de toekomst;
- ✓ hoe je je nieuwe digitale kennis kunt toepassen in de praktijk;
- ✓ leer je nieuwe jonge retailers van andere bedrijven kennen. Een toffe netwerk-, spillover en inspiratiemogelijkheid!



VOOR WIE

De masterclass is gericht op talenten met twee tot vijf jaar werkervaring in de retailomgeving die het digitale retailspel aan het ontdekken zijn en deze willen begrijpen om optimaal te kunnen participeren.

Werk jij op de afdeling marketing, formule, inkoop of e-commerce van een retail- of FMCG organisatie en wil je meer weten over de digitalisering van de retailindustrie?

Dan is deze masterclass voor jou bedoeld!

De groep bestaat uit maximaal 20 deelnemers om het interactieve karakter van deze opleiding te kunnen waarborgen.



GECERTIFICEERD DOOR DE STICHTING



ANTON DREESMANN
LEERSTOEL RETAILSTRATEGY & MARKETING



GEACCREDITEERD DOOR

NIMA - 16 PE punten



Ebeltoft Group
Global Brand & Retail Experts

PROGRAMMA 1/3

Het programma bestaat uit vier sessies: vier collegedagen waarbij theorie en praktijk samen komen door een sterk theoretisch fundament gecombineerd met interessante gastsprekers uit de digitale retailwereld.

Tijdens de sessies wisselen verschillende onderwijsvormen elkaar af. Denk aan colleges, workshops, teamwork, opdrachten aan de hand van Harvard Business cases en plenaire discussies.



22
MEI

SESSIE 1 | 09.00 – 17.00 | 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 Inloop
- 09:30 uur Welkom + kennismaking
- 10:00 uur College: Introduction to Digital Retail
- 10:45 uur Pauze
- 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
- 17:00 uur Afsluiting

PROGRAMMA 2/3



5

JUNI

SESSIE 2 | 09.00 – 17.00 | ARTIFICIAL INTELLIGENCE & DATA ANALYTICS

We verdiepen ons in Artificial Intelligence (AI) en de ontwikkelingen en kansen in retail rondom dit thema. Wat is het precies en welke rol speelt het binnen retail? Waar zien we het op dit moment, wat verwachten we van AI in retail in de toekomst en wat kan jij ermee?

Vervolgens hebben we het over data analytics. The Economist bestempelde data in 2017 als meest waardevolle bron ter wereld (waardevoller dan goud!). Retailers hebben vaak zeeën van data, maar doen er (te) weinig mee. Waar begin je? En misschien nog wel belangrijker: hoe zet je je data om naar waardevolle informatie waar je kennis uit haalt?

Programma

- 09:00 uur Inloop
- 09:30 uur College: Artificial Intelligence
- 10:30 uur Pauze
- 10:45 uur Gastcollege: Data Analytics
- 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

26

JUNI

SESSIE 3 | 09.00 – 17.00 | DIGITAL MARKETING & CUSTOMER JOURNEYS

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.

Vervolgens 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 Inloop
- 09:30 uur Gastcollege: Digital Marketing
- 10:30 uur Pauze
- 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

PROGRAMMA 3/3

10

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 Inloop
- 09.30 uur College: The Rise of Platforms
- 10.30 uur Pauze
- 10.45 uur College: Transformation Management
- 11:45 uur Introductie case en teamwork
- 12.30 uur Lunch
- 13.00 uur Case en teamwork
- 15.00 uur Discussie
- 16.00 uur Afsluiting met borrel

STUDIEMATERIAAL

Deelnemers ontvangen voor aanvang van de masterclass een boek en lijst met artikelen die het fundament van deze masterclass zijn. Van deelnemers wordt verwacht dat de voorgestelde literatuur voor aanvang van de sessies wordt gelezen. De gemiddelde voorbereidingstijd voor een sessie is twee uur.

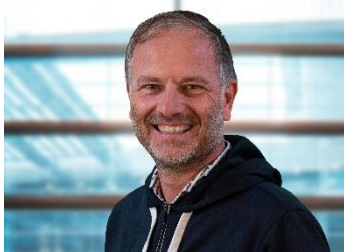
- ✓ **Wetenschappelijke artikelen vanuit o.a. Harvard Business**
- ✓ **Digitale hoofdstukken vanuit het boek Retailmarketing (F. Quix, 2021)**
- ✓ **Onderzoeksartikelen vanuit o.a. McKinsey en Deloitte**
- ✓ **Harvard Business cases**

LOCATIE

De sessies vinden plaats in Amersfoort (Koningin Wilhelminalaan 21), direct aan het centraal station van Amersfoort! Centraal in Nederland en makkelijk te bereiken met meerdere transportmiddelen.



DOCENTEN & ORGANISATIE



Frank Quix
Hoofddocent

Frank Quix is oprichter en eigenaar van adviesbureau Q&A, 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 adviesbureau Q&A, 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 insights consultant bij adviesbureau Q&A. 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.

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 en een afsluitende borrel;
- ✓ Certificaat uitgegeven door de Stichting Anton Dreesmann;
- ✓ 16 PE-punten uitgegeven door NIMA.

€ 2.450,-

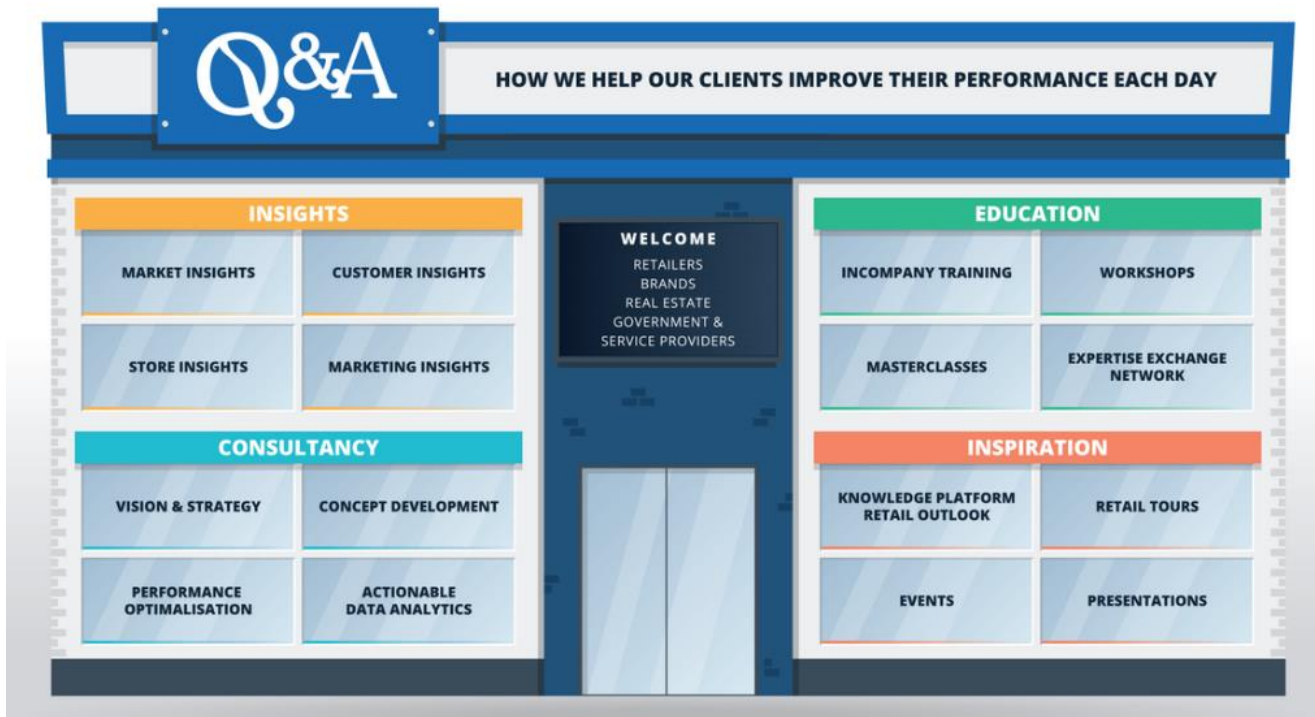
(excl. btw)

Voor leden van de Stichting
Anton Dreesmann

€ 3.785,-

(excl. btw)

Voor niet-leden



OVER Q&A!

Een team van retailexperts met een overkoepelend netwerk in binnen- en buitenland. Al 20 jaar helpen we retailers, merken, vastgoed, gemeenten en dienstverleners om elke dag beter te presteren. Dit doen we met maatwerkproducten vanuit onze vier expertises: Insights, Consultancy, Education en Inspiration. Altijd met de consument als startpunt en kennisdeling als ons fundament.
www.qanda.nl

Over de Stichting Anton Dreesmann

De Stichting streeft ernaar om een toonaangevend universitair kennisplatform te zijn voor de retailsector. Wij willen de retailsector helpen door talent op hogescholen, universiteiten en retailers op hoog niveau op te leiden op het gebied van retail. Door een platform te creëren bestaande uit een netwerk van retailers en alumni van opleidingstrajecten stellen wij kennisuitwisseling centraal. We zijn de schakel tussen de theorie (studenten) en de praktijk (retailers) zodat we van elkaar kunnen leren en retailers kunnen ondersteunen bij de werving & selectie van nieuw talent.
www.antondreesmann.nl