

PR_D_CT DAY: de jaarlijkse bijeenkomst van de Belgische productcommunity

04 november 2026, 16:00

Ludwig De Locht

Een dag. Dertien sprekers. Geen opgepoetste succesverhalen.

PR_D_CT DAY brengt de Belgische productcommunity samen voor eerlijke gesprekken over betere productontwikkeling. Het evenement wordt georganiseerd door Sirris, The Product Consortium en Dualoop en verbindt productmanagers, product owners, oprichters en productleiders. Van AI en productstrategie tot mislukkingen uit de praktijk: sprekers delen concrete lessen die u meteen kunt toepassen. Geen opgepoetste succesverhalen, maar authentieke inzichten van mensen die elke dag producten ontwikkelen.



Echte productverhalen, van startups tot industrie

Elke editie brengt sprekers samen uit startups, scale-ups en gevestigde productbedrijven. De voormiddag volgt bewust die evolutie: van lessen uit de beginfase tot de uitdagingen van duurzame groei. In break-outsessies gaan de deelnemers dieper in op thema's die vanuit de community zelf naar voren kwamen.

De sprekers komen voornamelijk uit de wereld van digitale producten: SaaS, platformen en technologiegedreven diensten. Maar het evenement kijkt bewust verder. Bedrijven die hardware, industriële technologie of fysieke producten met geïntegreerde technologie ontwikkelen, brengen een ander perspectief dat de gesprekken voor iedereen verrijkt. Die mix is een bewuste keuze: de interessantste ideeën komen vaak van buiten uw eigen vertrouwde omgeving.

De editie van 2026 in Gent telde 13 sprekers en trok bijna 200 deelnemers. Vier grote thema's kwamen aan bod die weerspiegelen waar het vakgebied van productmanagement vandaag staat.



De belangrijkste thema's van PR_D_CT DAY 2026

Door AI verschuift de uitdaging van bouwen naar weten wat nodig is

Verschillende sprekers kwamen vanuit uiteenlopende invalshoeken tot dezelfde conclusie. Wanneer AI het mogelijk maakt om snel en goedkoop code te ontwikkelen en op te leveren, verschuift de echte concurrentie-uitdaging naar een eerdere fase. De centrale vraag: bouwen productmanagers wel het juiste ding?

Guy Van Wijmeersch (Sweetspot) benoemde het probleem rechtstreeks: AI heeft uw featurefabriek alleen maar sneller gemaakt. Dat is pas goed nieuws als uw productontdekking scherp staat. **Petra Tant (Aprimo)** onderzocht dezelfde spanning binnen het ontwikkelproces: AI-agenten presteren maar zo goed als de specificaties die ze krijgen. Vage input leidt tot onbetrouwbare output.

Hendrik Keeris (Bizzy) deelde een waarschuwing uit eigen ervaring. Door AI-trends en automatiseringshypes achterna te lopen, kreeg zijn team te maken met een instabiel product en

ontevreden klanten. Pas daarna stuurden ze hun koers bij. Zijn belangrijkste les: blijf gefocust op het concrete klantprobleem en valideer uw aannames grondig voordat u begint te bouwen.

Uw concurrentievoordeel zit in wat AI niet kan kopen

Nick Boucart (Sirris) legde de strategische uitdaging voor aan alle aanwezigen: wanneer AI-intelligentie een standaardproduct wordt dat iedereen kan aankopen, levert het automatiseren van bestaande taken geen duurzaam concurrentievoordeel meer op. Wat maakt dan wel het verschil? Bedrijfseigen data, opgebouwd vertrouwen en menselijke verantwoordelijkheid.

Maarten Saeys (Lansweeper) illustreerde dat met het groeiverhaal van zijn eigen bedrijf. Doordat Lansweeper zelf de onderliggende kerntechnologie, intellectuele eigendom en data in handen had, werd AI een groeiversneller in plaats van een bedreiging. **Philipp Pohlmann (ML6)** trok die gedachte nog verder door: wanneer software het werk zelf begint uit te voeren, stopt het product niet langer bij de interface. Het draait om het uiteindelijke resultaat.



Prijszetting, productportfolio en het einde van het uurtarief

Sara Larsson (Azets) bracht een punt aan waar de meeste productleiders nooit bij hadden stilgestaan. Het uurtarief is een 500 jaar oud model dat de bestede tijd beloont in plaats van de gecreëerde waarde. Naarmate AI de uitvoering automatiseert, worden menselijk beoordelingsvermogen, strategie en advies de schaarse en waardevolle factoren.

Simon Logghe (Adomate) vertelde een persoonlijk verhaal over twee mislukte productrichtingen voordat hij een werkbaar model vond. Product-market fit is een zoektocht, geen eindbestemming. Herken verkeerde keuzes tijdig en vertrek vanuit het klantprobleem om terug te redeneren naar de juiste oplossing.

Matti Desmet (Peripass) presenteerde een concrete case: de lancering van een tweede productlijn, die van nul groeide naar bijna 10.000 gebruikers en meer dan 300.000 euro aan jaarlijks terugkerende omzet (ARR). Zijn presentatie werd met ruime voorsprong beoordeeld als de waardevolste van de dag.

Zijn duidelijkste les: een verantwoordelijke die zich volledig op het product richt, is beter dan drie mensen die er slechts deeltijds aan werken. Een feature is niet klaar wanneer het minimum viable product (MVP) wordt gelanceerd. Ze is pas klaar wanneer klanten ze daadwerkelijk gebruiken.

De menselijke kant van productleiderschap

Edita Dermontait? (New North) besprak een onderwerp waar de productcommunity zelden openlijk over spreekt: burn-out. Haar analyse wees op een structureel probleem: hoge verwachtingen, veel verantwoordelijkheid en weinig beslissingsrecht.

Wanneer organisaties productmanagers verantwoordelijkheden geven zonder de bijbehorende bevoegdheden, zijn de gevolgen voorspelbaar. De oplossing is even duidelijk: stem het beslissingsrecht af op de verantwoordelijkheden van de functie.



De presentatie die niemand zag aankomen

Elk jaar zijn er een of twee sprekers die anders binnenkomen dan verwacht. Tijdens de editie van 2026 in Gent was dat **Maarten De Schuymer (Aikido Security)**. Hij werd verkozen tot de verrassendste spreker van de dag.

Zijn uitgangspunt: rigide roadmaps zijn gebaseerd op de illusie dat de toekomst voorspelbaar is. Aikido ontwikkelt zijn product door snel te reageren op signalen van klanten, nee te zeggen tot een ja overduidelijk de juiste keuze is en te wachten tot technologie een probleem bij de wortel kan aanpakken in plaats van eromheen te werken.

Voor een publiek dat gewend is om in kwartaalplannen te denken, was dat een confronterende boodschap die bleef hangen.



Wat u meeneemt van PR_D_CT DAY 2026 in Gent

De formule verandert van jaar tot jaar. De thema's evolueren. Maar de meerwaarde blijft dezelfde: een volledige dag doorbrengen met mensen die voor dezelfde uitdagingen staan als u, en luisteren naar sprekers die bereid zijn om open te vertellen wat er écht nodig was om vooruitgang te boeken.

Tijdens de editie van 2026 kwamen vijf inzichten telkens terug:

- **Productontdekking boven productoplevering.** Het concurrentievoordeel verschuift naar het stellen van de juiste vragen, niet naar zo snel mogelijk opleveren
- **Resultaat boven output.** Een product is verantwoordelijk voor het behaalde resultaat, niet alleen voor de interface
- **Beoordelingsvermogen boven gepresteerde uren.** Een prijsmodel op basis van tijd onderschat de werkelijke menselijke meerwaarde
- **Bedrijfseigen troeven boven generieke tools.** Unieke data, intellectuele eigendom en vertrouwen vormen de duurzame concurrentievoordelen die ertoe doen
- **Beslissingsrecht naast verantwoordelijkheid.** Duurzame productteams hebben beide nodig

Twee edities, een community

PR_D_CT DAY vindt twee keer per jaar plaats: in september in Gent en in november in Louvain-la-Neuve. Zo brengt het evenement dezelfde formule en community ook naar de Franstalige productwereld.

PR_D_CT DAY in Louvain-la-Neuve op 25 november

Beheert of ontwikkelt u digitale, fysieke of hybride producten? Ontmoet andere productprofessionals tijdens de volgende PR_D_CT DAY. Breng een dag door met de mensen achter de meest ambitieuze producten van België.

Schrijf u hier in



Partners

In samenwerking met

dualoop

The Product Consortium
> Powered by sirris

Auteurs



Ludwig De Locht