

ADATELEMZÉSTŐL AZ SRM-IG: CRM A MARKETING SZOLGÁLATÁBAN

2 napos szeminárium
2014. február 11-12., Budapest

- Az **ügyféladatok elemzése** marketing-döntések előkészítésére
- **Ügyfél-érték modell** kialakítása
- **Analitikus és operatív CRM** adatok Kinek? Hogyan? Mit?
- **Social Relationship Management** – Közösségi médiaplatformok használata CRM-kampányokban
- CRM – **Az igény megjelenésétől a sikeres bevezetésig**
- A CRM **elemző helye a szervezetben**
- Az **adatelemzés eredményeinek értelmezése** és hasznosítása a (marketing) döntéshozatalban

témák

ÜGYFÉLÉRTÉK-MENEDZSMENT
AZ ERSTE BANK
GYAKORLATÁBAN!



IIR

FÓKUSZBAN AZ ADAT:
ADATGYŰJTÉSI-, SZEGMENTÁLÁSI,
ÉS ELEMZÉSI TECHNIKÁK
A HATÉKONY MARKETING
DÖNTÉSEKÉRT!

szakemberek

- **Csajági Dezső**, CRM vezető, **sanofi-aventis Zrt.**
- **Enyedi Csilla**, CRM Expert, **Budapest Bank Zrt.**
- **Fekete Csaba Csongor**, EMEA CRM vezető, **Citibank International Plc Magyarországi Fióktelepe**
- **Kovács András**, CRM Analyst, **Raiffeisen Bank Zrt.**
- **Ludvig Rita**, CRM analyst and modeling expert, CRM and Campaign Management, **Erste Bank Hungary Zrt.**
- **Mócsy László**, üzletágvezető, **Capture ZRt.**
- **Sípos T. Kinga**, CRM és social media specialist, **Nestlé Hungária Kft.**

1. NAP 2014. február 11., kedd

9⁰⁰ – 10³⁰ Az ügyfeladatok elemzése marketing-döntések előkészítésére

➤ Az adatelemzési modell meghatározása, adatelemzési eszközök a gyakorlatban ➤ Hogyan használhatóak hatékonyan a rendelkezésre álló adatok? ➤ Adatszegmentálás, a célcsoportok leválogatása ➤ Statisztikai modellek futtatása ➤ Esemény vezérelt CRM ➤ Az eredmények folyamatos mérése

Előadó: Fekete Csaba Csongor, EMEA CRM vezető, Citibank International Plc Magyarországi Fióktelepe

10³⁰ – 11⁰⁰ Kávészünet

11⁰⁰ – 12¹⁰ Ügyfél-érték modell kialakítása, és az ügyfélérték-menedzsment aktuális módszerei

➤ Mit jelent manapság az ügyfélérték? ➤ Hogyan juthatunk hozzá azokhoz az információkhoz, amik felhasználhatók az ügyfélértékeléshez? ➤ Milyen módszereket lehet alkalmazni az ügyfél-érték modell megalkotására? ➤ Ismerje meg példákon keresztül a módszerek gyakorlati alkalmazását!

„Ahhoz, hogy egy vevőt megszerezzünk, jobban kell ismernünk, mint bármely másik versenytársunk!”
(Don Peppers, Martha Rogers, CRM szakértők)

Előadó: Ludvig Rita, CRM analyst and modeling expert, CRM and Campaign Management, Erste Bank Hungary Zrt.

12¹⁰ – 13¹⁰ Ebédészünet

13¹⁰ – 14¹⁰ Analitikus és operatív CRM adatok – Kinek? Hogyan? Mit?

➤ Kinek ill. milyen szervezeti szinten érdemes oktatni, prezentálni az adatbányászati eredményeket, amelyeket ügyfélelemzésre, kampány célcsoport készítésére használunk? ➤ Hogyan jelenítsük meg és prezentáljuk az adatbányászati modellek (pl. szegmentáció, prediktív modellek) és riportok eredményét, hogy leginkább megfeleljenek a felhasználói elvárásoknak? ➤ Milyen adatokat, és milyen rendszerességgel érdemes riportolni, ill. elérhetővé tenni a felhasználók és döntéshozók számára?

Előadó: Enyedi Csilla, CRM Expert, Budapest Bank Zrt.

14¹⁰ – 15¹⁰ Esettanulmány I. rész: Social Relationship Management – Közösségi médiaplatformok használata CRM-kampányokban

➤ Egy SRM – kampány az ötlettől az adatbányászaton át a megvalósításig ➤ A közösségi háló, mint adatforrás – hogyan nyerhetőek adatok a CRM rendszerbe? ➤ Milyen adatvédelmi szempontok merültek fel? ➤ Az applikációk és promóciók szerepe az adatgyűjtésben ➤ Típek a kihasználás lehetőségeire, gyakorlati szempontból

Előadó: Sípos T. Kinga, CRM és social media specialist, Nestlé Hungária Kft.

15¹⁰ – 15⁴⁰ Kávészünet

15⁴⁰ – 16⁴⁰ Esettanulmány II. rész: Social Relationship Management – Közösségi médiaplatformok használata CRM-kampányokban

➤ CRM és a sales kapcsolata: marketing -> CRM -> sales (prezentáció) ➤ CRM sales eszközei: Hogyan jutunk el a webshopig vagy a retail hálózatiig? (rövid CRM case study-k) ➤ CRM és Social media kapcsolata (konkrét esettanulmány és demo): Community management CRM eszközökkel; CRM célok támogatása a facebook segítségével ➤ CRM és a mobilitás (demo): A közeljövő innovációja

Előadó: (egyeztetés alatt)



IIR

A szeminárium szólni kíván

Mindazon vállalati szakemberekhez, akik munkájában az **ügyféladatok megszerzése, feldolgozása, megalapozott üzleti / piaci / stratégiai / marketing elemzések elkészítése, az adatok és elemzések alapján való döntés előkészítés és döntéshozatal** fontos szerepet játszik, úgy mint:

- Ügyfélkapcsolati, ügyfélszolgálati vezetőkhez, munkatársakoz ➤ CRM vezetőkhez ➤ CRM Analyst és Expert szakemberekhez
- CRM kampány managerekhez ➤ Adatmenedzserekhez ➤ Marketing vezetőkhez, munkatársakhoz, elemzőkhöz ➤ Key Account Managerekhez ➤ Üzleti intelligencia vezetőkhez ➤ Business Analyst szakértőkhöz ➤ CRM IT támogatás munkatársaihoz.

2. NAP 2014. február 12., szerda

Operatív CRM - Hogyan lesz a CRM adatból sikeres marketing kampány?

9⁰⁰ – 10⁰⁰ CRM – Az igény megjelenésétől a sikeres bevezetésig

- CRM megoldás típusok ➤ A valódi ügyfélközpontúság - egy ajánlott modell ➤ CRM projekt sikertényezői ➤ Rendszerbevezetés tanulságok

Előadó: Mócsy László, üzletágvezető, Capture ZRt.

10⁰⁰ – 11⁰⁰ Az adatelemzés eredményeinek értelmezése és hasznosítása a (marketing) döntéshozatalban

- CRM rétegek: *Ügyfelek; Technológiák; Anyagok - a molekulák is partnereink ?; Szervezetek* ➤ Minőségi mutatók: *Adatminőség; Szolgáltatási minőség* ➤ Elemzések: *Trendek; Piaci viszonyok* ➤ Ügyfélre szabott megoldások

Előadó: Csajági Dezső, CRM vezető, sanofi-aventis Zrt.

11⁰⁰ – 11³⁰ Kávészünet

11³⁰ – 13⁰⁰ A CRM elemző helye a szervezetben – Alkalmazkodás a felhasználói igényekhez

- Együttműködés a marketing és az IT területtel ➤ A különböző felhasználók által támasztott elemzési igények összegyűjtése: *A marketing üzleti igényeinek megfogalmazása a CRM elemző felé; Az adatbázissal kapcsolatos igények megfogalmazása az IT szakértő felé* ➤ A mérési eredmények felhasználása a marketing döntések támogatásában

Előadó: Kovács András, CRM Analyst, Raiffeisen Bank ZRt.

13⁰⁰ – 14⁰⁰ Ebédészünet

14⁰⁰ – 15⁰⁰ Az új generációs adattárházak jellemzői és ismérvei

- Milyen új igények jelentek meg az adattárházakkal szemben? ➤ Hogyan tudja mindezt kiszolgálni a technológia?
- Az adatbányászat módszerei és lehetőségei a CRM rendszerek szolgáltatában ➤ Az adatok csoportosítása – mitől lesz egy információ releváns a CRM rendszer szempontjából? ➤ Az információ betöltése a CRM rendszerbe

Előadó: (egyeztetés alatt)



2 napos szeminárium 2014. február 11-12., Budapest Adatelemzéstől az SRM-ig: CRM a marketing szolgálatában SK4002

1. RÉSZTVEVŐ

Vezetéknév _____ Keresztnév _____
Beosztás _____
Osztály _____
Végzettség _____
Telefon _____
Fax¹ _____
Mobiltelefon¹ _____
E-mail¹ _____
Alíráás² _____

A RÉSZVÉTELT ENGEDÉLYEZŐ/ELRENDELŐ SZEMÉLY

Vezetéknév _____ Keresztnév _____
Beosztás _____
Osztály _____

ADMINISZTRATÍV KAPCSOLATTARTÓ

Vezetéknév _____ Keresztnév _____
Beosztás _____
Osztály _____

HELYETTESÍTŐ SZEMÉLY³

Vezetéknév _____ Keresztnév _____
Beosztás _____
Osztály _____
Alíráás² _____

2. RÉSZTVEVŐ

Vezetéknév _____ Keresztnév _____
Beosztás _____
Osztály _____
Végzettség _____
Telefon _____
Fax¹ _____
Mobiltelefon¹ _____
E-mail¹ _____
Alíráás² _____

3. RÉSZTVEVŐ

Vezetéknév _____ Keresztnév _____
Beosztás _____
Osztály _____
Végzettség _____
Telefon _____
Fax¹ _____
Mobiltelefon¹ _____
E-mail¹ _____
Alíráás² _____

SZÁMLÁZÁSI CÍM

Cégnév _____
Irányítószám _____ Helység _____
Utca/Postafiók _____

RÉSZVÉTELI DÍJ	2014. JANUÁR 17-IG		2014. JANUÁR 17-TŐL
	ÁR	MEGTAKARÍTÁS	ÁR
Adatelemzéstől az SRM-ig: CRM a marketing szolgálatában 2014. február 11–12.	199.000 Ft	50.000 Ft	249.000 Ft

Áraink nem tartalmazzák az áfát. | A feltüntetett megtakarítások a több napos rendezvények határidős kedvezményét, valamint a regisztrált napok számától függő kedvezmény nettó összegét tartalmazzák. | A részvételi díj tartalmazza az étkezés költségét, mely a számlán külön tételként feltüntetésre kerül. | A rendezvényen kép- és hangfelvétel készülhet.

CSOPORTOS KEDVEZMÉNY

 Két fő jelentkezése esetén a 2. személy **10%** kedvezményt kap.  Amennyiben három fő regisztrál, a 2. személy 10%, a 3. személy pedig **20%** kedvezményt kap.  **4 főtől kérje egyedi ajánlatunkat!** +36 1 459 7334

FIZETÉS, VISSZALÉPÉS

Jelentkezéssel elfogadja a jelentkezési és visszalépesi feltételeket. Jelentkezésének beérkezése után visszaigazolást és a költségviselő számlázási címére kiállított előlegbekérőt küldünk. Kérjük az ott feltüntetett összeget szíveskedjen a rendezvény előtt átutalni. A rendezvényre való bejutás csak akkor garantált, ha befizetése cégünkhöz 3 munkanappal a rendezvény előtt beérkezik. Ha az utalás a rendezvény kezdete előtt 2 munkanapon belül történik meg, kérjük, hogy azt a bankkivonat másolatával igazolni szíveskedjen a rendezvény helyszínén a regisztráláskor. Fizetési késedelem esetén a költségviselő késedelmi pótlék fizetésére kötelezett. Esetleges program- és helyszínmódosítás jogát fenntartjuk. Visszalépes csak írásban lehetséges. A részvétel visszamondása esetén 20.000 Ft+ÁFA/fő, a rendezvényt megelőző 2 héten belüli lemondás esetén 40.000 Ft+ÁFA/fő adminisztrációs költséget számolunk fel. A rendezvényt megelőző 2 munkanapon belüli lemondás esetén a költségviselő a teljes részvételi díjat köteles megtéríteni. A bejelentett résztvevő részvételének módosítása meghatározott feltételek mellett lehetséges. Amennyiben további információra lenne szüksége ügyfélszolgálatunk (+36 1 459 7300) készséggel áll rendelkezésére illetve a www.iir-hungary.hu honlapunkon tovább tájékozódhat.

VAN MÉG KÉRDÉSE?

Ügyfélszolgálat	Takács Tünde	+36 1 459 7300
Konceptió	Lukácsi Ágnes	+36 70 703 54 65
Marketing	Mile Mónika	+36 1 459 7334

1 E-mail címének, fax- és mobilszámának megadásával hozzájárul ahhoz, hogy az IIR további rendezvényeiről e csatornákon is kapjon tájékoztatást.
2 A képzésre/rendezvényre regisztráló személy alíráásával igazolja, hogy a képzésen/rendezvényen személyesen vesz részt.
3 Az Ön helyettese, amennyiben Ön nem tud részt venni a rendezvényen.