



Bonner Anwendertagung zu Kundenbindung und Servicequalität, Marke und Markenmanagement

Dienstag | 18. Mai 2010

ab 09:00 Anmeldung

ab 12:45 Mittagspause

09:45 Begrüßung
Stefan Frigger (pro-bm), Moderation

Themenblock 1

Marketing und Marktforschung – Freunde oder Feinde?

10:00 Marc Arnold (GIM – Gesellschaft für Innovative Marktforschung)
Praxisorientierte Segmentierung von B2B-Beziehungen für ein CRM am Beispiel der Hilti AG

10:30 Prof. Dr. Thomas Teyke (BTP GmbH)
Quantitative Segmentierung: Mathematik und keine Marktforschung am Beispiel der pharmazeutischen Industrie

11:00 Kaffeepause

11:45 Prof. Dr. Oliver Kaul (Fachhochschule Mainz)
Smart consumer screening – Nutzung adaptiver Algorithmen zur effizienten Segmentzuweisung

12:15 Prof. Dr. Hartmut Holzmüller (Technische Universität Dortmund)
Die Qualität von Qualitätsmessungen – Vermeidung von Fehlern und Fallen am Beispiel des Baumarkt-Checks 2009

Themenblock 2

Servicequalität – was ist das?

14:15 Prof. Dr. Markus Voeth (Universität Hohenheim)
Service-Qualität durch Service-Versprechen

15:00 Jan Gottstein (Deutsche Telekom AG)
Implikation auf die Servicequalität nach der Integration von Festnetz und Mobilfunk

15:30 Kaffeepause

16:15 Oliver Bössow/Kai Matschiner (Vocatus AG)
Interne Servicequalität – ein vernachlässigbarer Erfolgsfaktor der Kundenorientierung?

16:45 Dr. Hariet Köstner (Forschungswerk GmbH)
Die Einführung des Service Performance Index bei CosmosDirekt: Was beim Kunden wirklich ankommt

17:15 Podiumsdiskussion Sinn und Unsinn von Marktforschung

Hartmut Scheffler (Vorstandsvorsitzender, ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.)

Prof. Dr. Markus Voeth (Professor für Marketing, Universität Hohenheim)

Dr. Christian Hahn (Vice President Marketing Services & Media, Deutsche Telekom AG)

Dr. Raimund Wildner (Geschäftsführer, GfK Nürnberg e.V.)

Stephan Grünewald (Geschäftsführer, rheingold Institut für qualitative Markt- und Medienanalysen GmbH & Co. KG)

anschließend **Get Together**

Veranstalter

goals
international gmbh



Kontakt

goals international gmbh
Katharina Weber
Mail: kubis@goals-international.com
Tel.: +49 228.854699.13
www.goals-international.com



KubiS | 2010

Mittwoch | 19. Mai 2010

Themenblock 3

Marktforschung – viel Lärm um nichts?

- 09:30 Marcus Bilgeri (Deutsche Telekom AG)
Zusammenwirken von Marketing und
Marktforschung im Rahmen der Corporate
Kampagne der Deutschen Telekom
- 10:00 Mike Page (Cognicent Ltd.)/Uwe Lorenz (2x4
Market Research Consulting AG)
Bringing It All Together – Managing Meta Data
More Effectively with the Link System. New Insights
and Lower Costs for the Next Step in the Growth of
Attitudinal Data Use for Businesses
- 10:30 Kaffeepause
- 11:15 Cornelia Krebs (IP Deutschland)
MindSetKids – Mit Tagebuchstudien Im Alltag live
dabei
- 11:45 Andreas Wittenberg
(GMI – Global Market Insite GmbH)
Plaudern Sie mit Ihren Kunden! Die Einbindung von
qualitativen Elementen in Online Befragungen
anhand einer Fallstudie von Sony Music UK &
Europe
- ab 12:15 Zusammenfassung und Diskussion
- anschl. Imbiss und Abreise

[Stand: 13.04.2010]

Mit freundlicher Unterstützung von



Medienpartner



Der Veranstaltungsort

Universitätsclub Bonn
Konviktstraße 9
53113 Bonn
Tel.: 0228.7296.0
Fax.: 0228.7296.100
www.uniclub-bonn.de

Veranstalter



Kontakt

goals international gmbh
Katharina Weber
Mail: kubis@goals-international.com
Tel.: +49 228.854699.13
www.goals-international.com