



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 **Stefan Baumann** (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 Communications Strategy & 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 **Claudia Casu** (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: 06.05.2010]

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