

FIN FORO 2009
INTELIGENCIA
DE NEGOCIO

Madrid, 17 de marzo de 2009
Palacio Municipal de Congresos - Madrid
Campo de las Naciones

Una iniciativa de:

interbannetwork

Secretaría Técnica: 91 763 87 11 • Web: www.interban.com • Email: interban@interban.com

FIN FORO 2009
INTELIGENCIA
DE NEGOCIO

Una iniciativa de:
interbannetwork



Jornada de Marketing y Ventas

Identificar, valorar, segmentar, posicionar

Multicanalidad, geomarketing, efectividad, abandono

Captación, retención, rendimiento

Organiza:

interbannetwork

Madrid, 17 de marzo de 2009
Palacio Municipal de Congresos - Madrid
Campo de las Naciones

Patrocinadores Jornada de Marketing y Ventas 2009:



8.45-9.15 Recepción de Asistentes y Entrega de Documentación

9.15-9.45 Conferencia de Apertura

Knowledge Management

Cómo enfocar el uso de las Tecnologías de Información en las personas, con el fin de que estas y sus organizaciones aprendan a utilizar los recursos y fuentes de información para el logro de objetivos estratégicos.

D. Jaime García. Research Manager. **IDC España**

9.45-10.15 Información bajo demanda: optimización de la Inteligencia de Negocio

- Identificar, valorar y segmentar adecuadamente al cliente
- Posicionamiento de la empresa, productos y servicios

D. Juan López Oriza.

Director de Marketing. **Laboratorios Farmacéuticos ROVI**

10.15-10.30 Si el público fluye, ¿por qué no adaptar nuestra respuesta?

D. Antonio Salmeron.

Responsable de Business Intelligence. **Vertice Sistemas**

10.30-11.00 Cómo transformar la información en ventas: un acercamiento a los patrones de compra de nuestros clientes

- Qué tipo de gestión necesita cada parte de nuestro negocio
- Cómo podemos incrementar el volumen de ingresos por cliente: identificación de clientes con mayor probabilidad de compra
- Desarrollo del plan de captación de nuestra cartera de clientes

D. Carlos Ruiz.

Director de Marketing y Ventas. **Marco Aldany**

11.00-11.30 Pausa Café

11.30-11.45 Caso de éxito: Asisa

- BI al servicio de la calidad en la asistencia sanitaria: conocer para enfocar

D. Miguel Bang.

Director del Área de Business Intelligence. **ASISA**

11.45-12.15 Inteligencia comercial: diagnosticar para optimizar

- Casos de éxito y fracasos en iniciativas de inteligencia comercial

D. Luis Asenjo.

Gerente. **Tatum, consultoría comercial, de marketing y de personas**

12.15-12.30 Geomarketing, Localización, distancias y mercados locales: nuevos conceptos claves en acciones comerciales y de Marketing

- El Geomarketing como impulsador de negocios
- MarktAnalyst – Una herramienta completa para Geomarketing
- Caso de Éxito: Cómo optimizar acciones comerciales y de marketing con Geomarketing

D. Ángel Montero López.

Director Servicios y Soluciones. **Schober PDM Iberia**

12.30-12.45 Cómo Optimizar la gestión comercial con la Nueva Generación de Business Intelligence.

- En el entorno actual, donde las reglas del juego han cambiado, las Soluciones de BI deben evolucionar y adaptarse a las nuevas necesidades
- "Las Decisiones Correctas Importan más Ahora": Las Soluciones de BI deben dar las respuestas que se necesitan para las decisiones que se han de tomar hoy

Dña. Camino SantaTeresa.

Directora de Alianzas y Venta Indirecta. **QlikTech Ibérica**

12.45-13.15 Marketing inteligente y rendimiento comercial

- Cómo beneficiarnos de las herramientas de business intelligence para una adecuada gestión de nuestra fuerza de ventas

D. Alfonso Navarro.

Director Marketing Distribución. **Banco Cetelem**

13.15-13.30 Data Warehouses de Correlación

- La única manera de hacer análisis de líneas de pensamiento y reducir drásticamente el despliegue y mantenimiento de un data warehouse

D. Fernando A. García.

Alliance Manager & Advocate. Southern Europe & LatAm. **Illuminate**

13.30-16.00 Pausa Almuerzo

16.00-16.30 Cómo aplicando estrategias de Valor de Clientes se puede reducir el ratio de abandono y captar selectivamente nuevos clientes

D. Eduardo Villanueva.

Director Business Intelligence. **Travel Club**

16.30-17.00 ¿Nos interesan todos los clientes? Efectividad de las ventas en tiempos de crisis

- ¿Conocemos nuestra cartera de clientes actual y potencial?

D. Juan Carlos Alcaide.

Director General. **Instituto de Marketing y Servicios. Lidconferenciantes**

17.00-17.15 Pausa Café

17.15-17.45 Errores más comunes en la implementación de herramientas de business intelligence

D. Carlos Morrás Ruiz-Falcó.

Gerente de Análisis de Negocio División de Posicionamiento Competitivo/Dirección Inteligencia de Negocio. **Telefónica Móviles España**

EXPO

La Expo es la **zona de exposición y networking entre los directivos** que asisten de forma paralela a las jornadas de la iniciativa Inteligencia de Negocio 2009. Los visitantes podrán conocer las soluciones líderes en Business Intelligence.

La Expo **permanecerá abierta** desde las 9.15 hasta las 18.30 horas y se podrá visitar de forma gratuita con el requisito de identificarse en la recepción.

