

# 2 FAGLIGE FORRYGENDE DAGE MED 9 SESSIONS AF 30 MINUTTER

- **BRANDING DAGEN**  
21. SEPTEMBER 2010 I KØBENHAVN
- **KUNDERELATIONS DAGEN**  
15. NOVEMBER 2010 I KØBENHAVN

DELTAGELSE ER GRATIS – FORPLEJNING KAN KØBES TIL CAFÉ-PRISER.  
AFHOLDES PÅ COPENHAGEN ADMIRAL HOTEL – BEGRÆNSET ANTAL PLADSER.

**GRATIS DELTAGELSE!**

BEGRÆNSET ANTAL PLADSER,  
TILMELD DIG NU...



**MARKET OPEN** – en nyhed for  
marketeers og salgsansvarlige...

MARKET har nu fornøjelsen at slå dørene  
op til et nyt initiativ for MARKET læsere.  
Nemlig en spritny type éndags-konferen-  
cer med 9 koncentrerede faglige sessions  
à 30 minutter inden for et givet tema.

**ARRANGERET AF MARKET – GRATIS FOR DIG SOM LÆSER AF MARKET**

# BRANDING DAGEN

## 21. SEPTEMBER 2010

Vi har kun én ting at sælge: Vores produkt. Og vi har kun én ting, der kan retfærdiggøre en god pris: Vores brand. MARKET Open konferencen i september har fokus på brandet – det dyrebareste vi har. Vores møjsommeligt skabte værdi og vores vej til forbrugers præference. Men det betyder ikke, at det er nemt. Tværtimod. At opbygge, styre og vitalisere et brand, er en voksen opgave. For meget skal gå op i en højere enhed – og der er altid masser af spørgsmål, man må stille sig selv. Blandt andet inden for nedenstående områder ...

### TIME-LINE

- 09.30 – 9.45** Registrering og morgenkaffe  
**09.45 – 10.55** 2 sessions  
**10.55 – 11.10** Pause  
**11.10 – 12.20** 2 sessions  
**12.20 – 12.55** Frokostpause  
**12.55 – 14.05** 2 sessions  
**14.05 – 14.20** Pause  
**14.20 – 15.30** 2 sessions  
**15.30 – 16.30** Bonusarrangement: Rundvisning på Copenhagen Admiral Hotel, grundlagt i et pakhuis fra 1787 på havnen og i dag et hotel med international atmosfære.

### POSITIONE- RINGS ØVELSEN

Du er ikke alene, sang vi i 70'erne. Og minsandten om ikke Michael Jackson sang det i 80'erne. Men har vi taget konsekvensen af det i marketing? Eller agerer vi, som om vi var verdens navle? Hvornår har vi sidst prøvet at analysere, hvordan vi ligger i forhold til vores konkurrenter? Og hvor godt har vi analyseret såvel de reelle forskelle som de oplevede forskelle – med kundens briller på?

### THE CONSUMER EXPERIENCE

Hvor gode er vi egentlig til at sætte os i forbrugers sted? Ét er at prøve at være empatisk. Men er det nok, hvis vi vil helt ind under huden hos forbrugeren og opleve, hvordan han oplever vores brand? Hvordan smager vores produkt? Hvordan lugter det? Hvordan føles det, når vi rører ved det? Hvordan oplever kunden produktet i sin egen hverdag?

### BRAND PYRAMIDEN

Har vi egentlig styr på, hvad vores brand står for? Eller rettere, har alle styr på det? Tager vi for givet, at vores medarbejdere kan se sammenhængen mellem virksomhedens vision og vores kerneløfte? Og hvordan er det egentlig med vores værdier? Hvordan er de forankret, og hvordan er linket mellem vores strategiske og taktiske niveauer?

### DESIGN OG IDENTITET

Hvordan passer vores design og identitet til det, vi gerne vil stå for? Er vores design tidssvarende, og er det praktisk anvendeligt? Hvordan fungerer det på alle vores platforme? Har vi for lidt alignment – eller for meget. Ligner det en tyrkisk basar, eller er det hele så ens, at vi keder kunderne ihjel?

**NB:  
HVAD DAGEN  
EVENTUELTE  
KAN  
INDEHOLDE...**

### TRACKING

Der er ingen tvivl om, at branding først og fremmest handler om viljen til at sætte sig igennem. Og altså have modet til at gøre noget ekstraordinært. Men er vi sikre på, hvordan vores brand har det? Hvis vi er bare en lille smule i tvivl – hvordan kan vi så undersøge det? Skal vi spørge forbrugeren, og hvordan skal vi gøre det? Kan forbrugeren overhovedet formulere sine følelser for et brand?

### BRAND TOUCHPOINTS

Selv om vi har formuleret vores brand skarpt, kan vi så bryste os af at være dygtige til cross media branding? Eller fremtræder vi forskelligt i look and feel – og måske endda i tilbud – på de forskellige brand touchpoints. Sender vi samme signal, eller halter det lidt? Har vi bare en fortegnelse over alle vores brand touchpoints, så vi kan gennemføre en kvalificeret analyse?

**STILL  
SELV NO  
SPØRSMÅ  
PÅ MARI**

**NOGLE SPØRGS  
ADRESSERET, AND  
DEM KAN DU SÅ DR  
MARKETING-KOLLE  
SOM GERNE SK  
DIALOGENS**



# KUNDERELATIONS DAGEN

## 15. NOVEMBER 2010

Kunden er konge. Vi skal tiltrække kunden, overbevise kunden, sælge til kunden og få kunden til at komme igen. Ingen forretning er mulig uden at have en form for relation med kunder. Lige fra de overlegne produkt, der bærer relationen i sig selv, til den mest vidtgående fortolkning af personlig service. Den 15. november sætter MARKET OPEN fokus netop på kunderelationer. Agendaen vil blive en skønsom blanding af input, idéer og opsange.

### TIME-LINE

- 09.30 - 9.45** Registrering og morgenkaffe  
**09.45 - 10.55** 2 sessions  
**10.55 - 11.10** Pause  
**11.10 - 12.20** 2 sessions  
**12.20 - 12.55** Frokostpause  
**12.55 - 14.05** 2 sessions  
**14.05 - 14.20** Pause  
**14.20 - 15.30** 2 sessions  
**15.30 - 16.30** Bonusarrangement: Rundvisning på Copenhagen Admiral Hotel, grundlagt i et pakhuis fra 1787 på havnen og i dag et hotel med international atmosfære.

### RELATIONENS NATUR

Hvad er en relation? Hvornår kan man tale om, at man har en relation, og hvordan måler man dens styrke? Hvad kan relationen omfatte, og hvordan kan man udvide den? Hvad behøver man at vide om sine kunder? Hvad kan relationen tåle, og hvad skal man passe på?

**NB:**  
**HVAD DAGEN  
EVENTUELTE KAN  
INDEHOLDE...**

### PERMISSIONS

Vil du danse med mig? Sådan er mange smukke relationer startet i tidernes morgen. Og nu er vi på vej tilbage til høfligheden – eller i hvert fald etikettens tid. Ikke mindst fordi loven kræver det af os. Hvad må man, og hvad må man ikke? Hvordan indhenter man permissions, og hvor skal man være på vagt?

### CRM

Fra at være en vidtgående fortolkning af kunderelations begrebet er CRM for mange vel blevet lig med teknologien. Og teknologi kan jo også være en god idé, hvis man vil styre relationerne. Hvordan arbejder man med teknologien i relationernes interesse? Hvordan implementer man de muligheder, som CRM ofte bliver solgt ind på?

### RELATIONER PÅ NETTET

Relationer kan skabes alle steder. Men det er svært at komme uden, at nettet har evnet at skabe former for involvering, vi aldrig har set før. Facebook, blogs, Google and what have you. Hvordan udnytter vi det? Hvilket window of opportunity har vi? Hvad bliver næste etape?

### LOYALTY MANAGEMENT

"Elskede, hvorfor svarer du ikke på mine spørgeskemaer" lød en kritisk overskrift engang. Og som i al anden morskab er der jo et gran af sandhed i udsagnet. Vi ønsker/kræver/tigger kunderne om at være loyale. Men er vi loyale over for dem? Kan man styre loyalitet? Kan man sætte den i system?

### DIRECT MARKETING

DM var i tidernes morgen en disciplin. I dag er der stort set DM aktiviteter i alle kampagner, og alle virksomheder interagerer – mere eller mindre helhjertet – med kunderne. Hvilke teknikker virker? Hvilke idéer kan vi bruge? Hvad skaber relationer på kort og langt sigt.

**ER DU  
GLE AF DISSE  
L? SÅ DELTAG  
KET OPEN**

**MÅL VIL BLIVE  
RE VIL IKKE. MEN  
RØFTE MED DINE  
GER PÅ DAGEN,  
LLE STÅ I  
TEGN**





#### TIME-LINE

09.30 - 9.45	Registrering og morgenkaffe
09.45 - 10.55	2 sessions
10.55 - 11.10	Pause
11.10 - 12.20	2 sessions
12.20 - 12.55	Frokostpause
12.55 - 14.05	2 sessions
14.05 - 14.20	Pause
14.20 - 15.30	2 sessions
15.30 - 16.30	Bonusarrangement: Rundvisning på Copenhagen Admiral Hotel, grundlagt i et pakhuis fra 1787 på havnen og i dag et hotel med international atmosfære.

**NB: DELTAGELSE ER GRATIS - FORPLEJNING KAN KØBES TIL CAFÉ-PRISER. AFHOLDES PÅ COPENHAGEN ADMIRAL HOTEL - BEGRÆNSET ANTAL PLADSER.**

#### MARKET Open - en nyhed for marketeers og salgsansvarlige...

MARKET har nu fornøjelsen at slå dørene op til et nyt initiativ for MARKET læsere. Næmlig en spritny type éndags-konferencer med 9 koncentrerede faglige sessions á 30 minutter inden for et givet tema. På den måde er MARKET Open et tilbud om at tilbringe en dag sammen med andre marketeers og salgsansvarlige - og få serveret en så bred vifte af emner, at der med garanti er såvel inspiration som viden at hente. De to kommende MARKET Open temaer ser du neden for. Det er Branding Dagen og Kunderelations dagen.

**Sted:** Admiral Hotel, Toldbodgade 24-28

**Pris:** Gratis incl. medlemsskab til MARKET Community - men ved udeblivelse faktureres 950 kr.

**VIL DU  
UDSTILLE PÅ  
MARKET OPEN?**

KONTAKT MBCE  
JENS SEVERINSEN  
PÅ TELEFON  
+4533139306

## MARKET OPEN TILMELDING

**FAX KUPONEN PÅ 70 25 91 95 ELLER SEND EN E-MAIL MED OVERSKRIFTEN "MARKET OPEN OG DATOEN" TIL KONFERENCE@MARKETMAGAZINE.DK**

### JA TAK

Nedenstående vil gerne deltage på følgende MARKET Open konference. Deltagelsen er GRATIS og inkluderer også medlemsskab af MARKET Community på nettet. Med online artikler, web-tv, Polls og personlige invitationer til faglige events og seminarer.

#### BRANDING DAGEN

**21. SEPTEMBER 2010, KL. 9.30 - 15.30**

Titel .....

Navn .....

Titel .....

Navn .....

E-mail .....

Firma .....

Adresse .....

Postnr. .... By .....

#### KUNDERELATIONS DAGEN

**15. NOVEMBER 2010, KL. 9.30 - 15.30**

Titel .....

Navn .....

Titel .....

Navn .....

E-mail .....

Firma .....

Adresse .....

Postnr. .... By .....