

DIALOG SE ZÁKAZNÍKEM

23. 10. 2013 od 9:00

Kongresový sál, Novotného lávka 5, Praha 1

Česká marketingová společnost
a Marketingový institut

PROGRAM KONFERENCE

09:00	začátek konference, úvodní slovo, vyhlášení 9. ročníku soutěže MARKETÉR ROKU*
09:10 – 10:40	blok Jak získat nové zákazníky
10:40 – 11:00	přestávka na kávu
11:00 – 12:30	blok Udržení zákazníka a péče o něj
12:30 – 13:30	pracovní oběd, networking
13:30 – 15:00	blok Jak prodat zákazníkovi více
15:30 – 16:30	doprovodné workshopy
16:30 – 17:00	diskuze, networking, závěr konference

* vyhlašují prof. Ing. Gustav Tome, DrSc., vice-prezident ČMS a předseda hodnotitelské komise soutěže, doc. PhDr. Jitka Vysekalová, Ph.D., prezidentka ČMS

[Jak získat nové zákazníky](#)

Akvizice nových zákazníků je základem podnikání. Jak k této oblasti efektivně přistoupit? Jaké jsou nové alternativy, kanály a trhy?

Bronislav Kvasnička, Managing Director, TNS Aisa - Jak získat nové zákazníky, jak se mění zákaznické chování. Případové studie.

Jakub Petřina, Marketing Director, Air Bank - Jak banka získává nové klienty?

Larisa Francírková, koučka a lektorka obchodních dovedností – Jaká je vůbec skutečná podstata služby – hlavní informace při získávání nových zákazníků.

Moderovaná panelová diskuze s představiteli marketingových asociací a organizací

- Vilém Rubeš, Statue
- Luboš Marek, Bohemia Werbung
- Hana Huntová, SIMAR
- Mojmír Špalek, up brand activation

Jaké otázky si položíme v panelové diskuzi?

- víte, jaký je váš potenciální zákazník, co mu můžete nabídnout, kde ho najdete, jak ho můžete efektivně oslovit?
- jak najít nové zákazníky na stávající produkty? Jak najít nové produkty, které přitáhnou nové zákazníky?
- víte, proč jsou někteří zákazníci u konkurence? Jak byste je mohli zaujmout svými produkty?
- víte, vás kolik získání nového zákazníka bude stát? Vyplatí se to?

[Udržení zákazníka a péče o něj](#)

Zákaznická péče a udržení zákazníka nesmí být pouze pojmem, ale podnikatelskou filozofií, která se promítne do celé společnosti. V celosvětovém měřítku 70 % zákazníků ukončuje obchodní vztah nikoli kvůli ceně nebo lepší nabídce, ale kvůli chabé zákaznické péči!

Adam Hazdra, konzultant Jihomoravského inovačního centra, autor bestselleru Skvělé služby – Design služeb z pohledu zákazníka.

Václav Šojdel, Business Development Manager, Market Vision – Mystery shopping jako metoda ověření přístupu k zákazníkům, mystery shopping jako motivace pro zvýšení prodeje.

Jiří Roith - šéfkuchař a majitel restaurace Nad jezerem na Máchově jezeře s gastronomickým konceptem „Z farmy na stůl“ - Přístup k zákazníkům z pohledu úspěšného majitele restaurace a šéfkuchaře.

Moderovaná panelová diskuze s představiteli marketingových asociací a organizací

- Vratislav Kozák, UTB Zlín
- Tomáš Barčík, Freshconsulting
- Petr Šimek, WELLEN
- Ondřej Veis, NMS Market Research a další diskutující

Jaké otázky si položíme v panelové diskuzi?

- znáte svého zákazníka? Víte, co chce, co potřebuje, co má rád?
- jak se o zákazníkovi dovědět více? Jak využít data, která máme k dispozici a jak získat nová?
- jak zákazníky efektivně oslovovat, jak s nimi pracovat? Jak zajistit jejich věrnost?

[Jak prodat zákazníkovi více](#)

Každý obchodník musí hledat nové metody a způsoby, jak zákazníka zaujmout a sdělit mu, že na něm záleží. Mnoho společností se uchyluje například ke slevě, která je však pouze krátkodobým řešením a cestou do pekla. Jaké účinné a funkční nástroje nebo strategie může společnost využít?

Michal Kalousek, Petr Šídlo, CEO, Direct People – Jak prodat zákazníkovi více, tentokrát z pohledu samotného zákazníka.

Daniel Jesenský, Managing Director Dago, President Popai - Individuální nabídka v marketingu a jak využívat data na maximum.

Linda Kozáková, konzultantka v oboru marketingu médií a licencingu - Licencing jako významný zdroj nových příjmů aneb jak najít poklad a nejezdit přitom na pustý ostrov.

Moderovaná panelová diskuze s představiteli marketingových asociací a organizací

- Zdeněk Sládek, Dost dobrý design
- Martin Hrdý, Freeboard
- Ota Novotný, VŠE

Jaké otázky si položíme v panelové diskuzi?

- jak využít data, která máme k dispozici? Jak se v nich orientovat?
- jak zjistit, co zákazníkovi chybí, jak by chtěl doplnit portfolio služeb, které od nás kupuje?
- jak správně zpracovat individuální nabídku?
- jaká jsou pravidla dialogu se zákazníkem?

V poslední části se můžete těšit na získání praktických poznatků. Připravili jsme několik miniworkshopů, moderovaných vystupujícími odborníky. Témata, která vás nejvíce zajímají, si zvolíte sami v průběhu jednání konference. **A bude samozřejmě prostor i na neformální diskuzi a networking!**