

Praktisk informasjon

Tid: 20. april 2010 kl. 09.00-15.45

Sted: Handelshøyskolen BI, Oslo

Pris: 4.950,- (eks. mva) per person

Påmelding: www.bi.no/marketingsummit



Mediepartner

Meld deg
på i dag!

Begrenset
antall
plasser



Trond Giske
Nærings- og handelsminister



Cecilie Staude
Handelshøyskolen BI



Stein Bemer
SAS Norge



Nye
forsknings-
resultater

Lærerike
bedriftscases

Kompetanseforum



Tirsdag 20. april 2010
BI Marketing Summit



Velkommen til BI Marketing Summit 2010

BI Marketing Summit er en utvidelse av Norsk Kundebarometers årskonferanse. Navneendringen innebærer at en tradisjonsrik møteplass får en større tematisk bredde. Vi tar mål av oss å presentere ny forskning og faglig innsikt og gode praktiske case innen markedsføring.

Kundetilfredshet og offentliggjøring av resultatene fra Norsk Kundebarometers målinger er fortsatt en sentral del av konferansen.

BI Marketing Summit 2010 vil også gi deg faglig oppdatering om markedsføring i lys av teknologi, innovasjon og emballasje/design:

- Hvilken effekt har bruk av sosiale medier?
- Hvordan bygger design en merkevare?
- Må man innovere for å overleve?
- Hvilke bedrifter og bransjer har fått mer fornøyde kunder?
- Hvilke bedrifter får juling fra kundene sine?

Nærings- og handelsminister Trond Giske har takket ja til å holde innlegg på BI Marketing Summit. Han vil også dele ut Kundetilfredshetsprisen 2010 til den bedriften som har de mest fornøyde kundene i Norsk Kundebarometers måling.

2009 ble på mange måter et spesielt år. En del av resultatene vi presenterte under fjorårets konferanse bar preg av usikkerheten som rådet da finanskrisen stod på som verst. Er vi i 2010 tilbake i normalsituasjonen eller ser vi konturene av mer varige endringer?

Få svarene på BI Marketing Summit!

<Sett inn elektronisk signatur for Silseth>

Pål R. Silseth

Prosjektleder Norsk Kundebarometer, BI



Møteplass for markedsføring

Institutt for markedsføring er et av Europas fremste fagmiljøer innenfor markedsforskning. Markedsføring er et fagområde som er spesielt opptatt av firmaets inntektsside gjennom fokus på omsetning, vekst, innovasjon og lønnsomhet. Vi ønsker å dele vår kunnskap med næringsliv og offentlige virksomheter. Det gjør vi blant annet gjennom å etablere et årlig toppmøte for markedsføring.



Målgruppe

- Bedriftens toppledelse samt styremedlemmer
- Markedsansvarlige/markedsmedarbeidere og markedsanalytikere
- Medarbeidere i offentlig sektor som arbeider med brukerundersøkelser, samt ansvarlige for strategiarbeid rettet mot brukere mv.

08.30 Registrering og morgenkaffe

09.00 Åpning og velkommen ved konferanseleder
Knut Kristian Hauger, ansvarlig redaktør, Kampanje

Sosiale medier – fra synsing til fakta
Cecilie Staude, høyskolelektor Handelshøyskolen BI

Åpenhet og dialog i sosiale medier
Steinar J. Olsen, gründer og daglig leder, Stormberg AS

Konferanseleder samtaler med innlederne

10.30 Pause med forfriskninger

11.00 Norsk Kundebarometers resultater – offentliggjøring og analyse
Pål R. Silseth, prosjektleder, Norsk Kundebarometer, Handelshøyskolen BI

Et markedsorientert næringsliv
Trond Giske, nærings- og handelsminister, Nærings- og handelsdepartementet

Konferanseleder samtaler med årets prisvinner og **Pål R. Silseth**

12.15 Lunsj

13.15 Innover eller dø! Hva vet vi om tjenesteinnovasjon?
Tor W. Andreassen, professor, Handelshøyskolen BI

Med SAS inn i fremtiden
Stein Bemer, salgs- og markedsdirektør, SAS Norge

14.15 Pause med forfriskninger

14.45 Emballasje – mer enn bare innpakning?
Anders Gustavsson, professor, Karlstad Business School

Hvordan design bygger en merkevare
Siw Dejlignbjerg Steen, marketingdirektør, Pierre Robert Group

15.45 Takk for i dag!



Knut Kristian Hauger,
Kampanje



Cecilie Staude,
Handelshøyskolen BI



Steinar J. Olsen,
Stormberg AS



Pål R. Silseth,
Handelshøyskolen BI



Trond Giske,
nærings- og
handelsminister



Tor W. Andreassen,
Handelshøyskolen BI



Foto: Anders Bergesen/Bjergul & Bergesen, SAS Magasinet

Stein Bemer,
SAS Norge



Anders Gustavsson,
Karlstad
Business School



Siw Dejlignbjerg Steen,
Pierre Robert Group