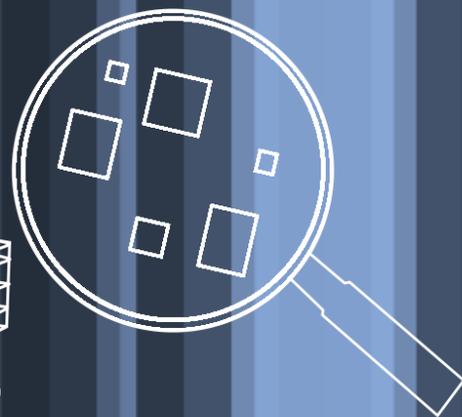


IC MANAGEMENTFORUM

 03.04.2019

 Hotel Imperial / Wien



# MARKET INTELLIGENCE 4.0.

MÄRKTE + KUNDEN  
IM DIGITALEN ZEITALTER VERSTEHEN

## ZIELGRUPPE:

Führungskräfte in  
Marketing + Vertrieb  
Key Account Manager

**ANMELDUNG**

PREIS: € 890

EARLY BIRD Special:  
2for1

2 zum Preis von 1  
bis 01. März 2019

*Ob Artificial Intelligence, Cockpits + Smart Consumer oder Preissimulation, Branding + Werbewirkungsmessung.*

*Market Intelligence 4.0. gibt Antworten auf die Herausforderungen des Marketing im 21. Jahrhundert. Mit Blick auf den digitalen Wandel + auf aktuelle Methoden, interpretieren wir auch klassische Marketing Tools neu.*



Dr. Frederik Lehner verfügt als Geschäftsführer der IC Gruppe über langjährige Erfahrung in den Bereichen entscheidungsorientierte Marktforschung, Marketing, Preismanagement und Internationalisierung



Mag. Panorea Kaskani ist Diplom Psychologin und Expertin im Bereich Neuromarketing. Seit 2017 verantwortet Sie die Bereiche Neuromarketing und Lead Generation.



Mag. Ernst Rumpeltes ist studierter Wirtschaftswissenschaftler und verantwortet als Head of Market Intelligence seit 2010 u.a. die Bereiche Marktforschung, Preismarktforschung und Kundenzufriedenheit.

Interconnection Consulting ist ein internationales Marketing und Trainingsinstitut mit Büros in Wien, Buenos Aires, Lemberg und Bratislava. Wir unterstützen Unternehmen bei der Analyse, der Beratung und Umsetzung von Marketing- und Strategieentscheidungen.

## EINLADUNG

Märkte und Kunden verändern sich laufend im Wandel der Zeit. In Folge müssen sich auch die Tools verändern, mit denen wir Märkte und Kunden verstehen und mit denen wir ihnen begegnen.

Das Managementforum **Market Intelligence 4.0.** zeigt aktuelle Market-Intelligence-Tools, ausgerichtet an der digitalen Transformation und präsentiert adaptierte Methoden für unterschiedliche Bereiche der klassischen Marktforschung: Von der Betriebsmarktforschung, über die Kundensegmentierung bis zur Preissimulation. Darüber hinaus stellen wir neue Methoden wie die Werbewirkungsmessung vor und zeigen auf, wie sich implizite Verfahren des Neuromarketing für das Branding und die Positionierung nutzen lassen.

Profitieren auch Sie vom Wissen des führenden Marketing und Trainingsinstituts in den Bereichen entscheidungsorientierte Marktforschung, Preismanagement und Neuromarketing!

## UNSERE THEMEN

**Betriebsmarktforschung:**

Cockpits + Künstliche Intelligenz

Neue Anforderungen an Marktforscher

**Preissimulation mit CBC:**

Anwendung, Erfolgsfaktoren, Umsetzung

Werbewirkungsmessung mit Facial Coding

Neuromarketing Tools FMRT vs. EEG

Branding, Positionierung + Sujettests auf Basis impliziter Verfahren

IC Eventmanagement  
Mag. Dominica Niton  
+43 1 5854623-35  
info@interconnectionconsulting.com



Smart Consumer  
Artificial Intelligence  
Werbewirkungsmessung  
Neuromarketing  
Preissimulation

## MARKET INTELLIGENCE 4.0

WANN: 03.04.2019

WO: Hotel IMPERIAL  
Kärntner Ring 16  
1015 Wien

**ANMELDUNG**

EARLY BIRD Special: 2for1

2 zum Preis von 1  
bis 01. März 2019

## THEMEN

### Digitalisierung + Betriebsmarktforschung: Wo geht die Reise hin?

Künstliche Intelligenz, Cockpits und ähnliche Errungenschaften des Digitalen Zeitalters verändern die Marktforschung zunehmend. Der Vortrag gibt einen Überblick über die Chancen und Anwendungsmöglichkeiten und geht auf die damit einhergehenden Veränderungen des Berufsbildes des Marketeers in Zeiten des E-Commerce ein.

Cockpit  
Artificial Intelligence  
Berufsbild 4.0.

### Kundensegmentierung 4.0.:

#### Zielgruppengerechte Ansprache in Zeiten der Smart Consumer

Auf Seiten der Kunden birgt die Künstliche Intelligenz den Vorteil, dass das Einkaufen personalisierter und effizienter wird. Web- und Kundenanalysen machen es möglich. In einer Umkehrfunktion können Unternehmen diese web-basierten Prozesse nutzen, um ihre Zielgruppe noch effizienter anzusprechen. Der Vortrag eröffnet neue Perspektiven der Kundensegmentierung, inklusive anwendungsorientierter Beispiele.

Smart Consumer  
Kundenanalysen +  
-segmentierung

### Mit welchem Preis wird man reich?

#### Preissimulation mit CBC: Anwendungen, Erfolgsfaktoren, Umsetzung

Der Vortrag erläutert das Tool zur Preiskalkulation, wobei die einzelnen Anwendungen vorgestellt werden, die potentiellen Erfolgsfaktoren in Aussicht gestellt werden und konkrete Umsetzungsbeispiele analysiert werden.

Kriterien  
Preisstrategien  
Umsetzung

### Ein Blick ins Gehirn:

#### Möglichkeiten und Grenzen des Neuromarketing

Verfahren wie das fMRT und das EEG, aber auch Aufmerksamkeitsverläufe mittels EyeTracking geben Aufschluss darüber, wie Werbung, Produkte und Marken im Gehirn wirken und wie Entscheidungsprozesse ablaufen. Der Vortrag vermittelt den State-of-the-Art der Gehirnforschung bei Konsumenten, indem die wichtigsten impliziten Methode zur Erfassung der unbewussten emotionalen und kognitiven Wirkung von Werbung und Produkten auf den Konsument vorgestellt werden.

fMRT / EEG  
Werbewirkungs-  
messung

### Wer immer lügt, dem glaubt man nicht:

#### Implizite Verfahren als Lösung für Branding, Positionierung und Sujettests

Wir betrachten, welche Erkenntnisse aus der Neuropsychologie für die Werbe- und Produktgestaltung abgeleitet werden können und wie sich die Erkenntnisse den beschriebenen impliziten Verfahren für das Branding, die Positionierung und für Sujettests einsetzen lassen können.

Branding  
Positionierung  
Sujettests

## PROGRAMM

- 09.00 Vorstellungsrunde
- 09.15 Digitalisierung + Betriebsmarktforschung: Wo geht die Reise hin?
- 10.00 Vormittagskaffee
- 10.30 Kundesegmentierung 4.0.: Zielgruppengerechte Ansprache in Zeiten der Smart Consumer
- 11.15 Preissimulation mit CBC: Anwendungen, Erfolgsfaktoren, Umsetzung
- 12.30 Mittagspause
- 14.00 Ein Blick ins Gehirn: Möglichkeiten und Grenzen des Neuromarketing
- 15.30 Nachmittagskaffee
- 16.00 Implizite Verfahren als Lösung für Branding, Positionierung und Sujettests
- 17.00 Veranstaltungsende

... inklusive  
3-Gänge Menü  
Pausenverpflegung  
+ elektronische  
Unterlagen

## KUNDENSTIMMEN + REFERENZEN

Das offene Gespräch über viele Facetten des Vertriebs hat es mir ermöglicht, wieder einmal über den Rand des eigenen „Vertriebsters“ hinaus zu sehen. An dem Forumstag entstanden neue Eindrücke, die sicher auch zu neuen Aktivitäten in „meinem“ Vertrieb führen werden.

Joachim Rauch,  
Vertriebsleitung / MAICO

[...] die sehr interessante und dialogorientierte Fortbildung zum Thema Neuromarketing [...] hat bei mir wieder das Bewusstsein geschärft für die wichtigen psychologischen Hintergründe in unserer Werbe- und Kommunikationswelt. Die lebendige Art und Weise Ihrer Wissensvermittlung gibt den Teilnehmern praktische Beispiele mit auf den Weg, schafft einen guten Überblick über die Methoden der Neuromarketing-Tools und lässt Networking unter den Teilnehmern Raum. Ich kann das Seminar nur wärmstens empfehlen

Ute Hajek,  
Leiterin Marketing Communications + Events / PCS Systemtechnik

