

# CRM

## ADVANCED CUSTOMER CARE & RETENTION

Uma nova geração de soluções para a gestão e retenção de clientes

**28 de Setembro de 2010**  
Centro Cultural de Belém, Lisboa

### DETALHES DO EVENTO

Com a crescente preocupação por parte do sector público e privado em garantirem um melhor serviço à clientes e cidadãos, este evento tem como objectivo analisar os últimos desenvolvimentos ao nível das estratégias e ferramentas de CRM.

### TEMAS PROPOSTOS PARA ANÁLISE

- Acções mais efectivas para o CRM
- Sales Force Automation
- Marketing Automation
- Contact Center
- Convergência e integração de informações do cliente
- CRM Analítico
- Optimização do centro de contacto
- Como melhorar a experiência do cliente
- Melhores práticas ao nível da qualidade de dados
- Principais desenvolvimentos tecnológicos
- Gestão de campanhas
- Estratégias de marketing centradas no cliente
- Como beneficiar da tecnologia para aumentar as vendas
- Melhores práticas de implementação
- Casos de sucesso

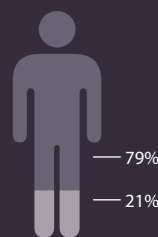
### A QUEM SE DESTINA

- CEO
- CIO e Directores de SI/TI
- Directores de Marketing e Comerciais
- Gestores de Suporte ao cliente e CRM
- Directores de Desenvolvimento de Negócios
- Responsáveis pelo Planeamento Estratégico

### RESULTADO DA EDIÇÃO DE 2009

Nº de inscritos - 359  
Nº de presentes - 209

#### TIPO DE ORGANIZAÇÃO



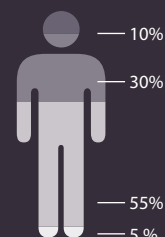
■ Utilizadores  
■ Patrocinadores

#### NÍVEL HIERÁRQUICO



■ Gestão de Topo  
■ Gestão Intermédia  
■ Operacional

#### ÁREA DE ACTUAÇÃO



■ Administração  
■ TIC  
■ Comercial & Marketing  
■ Outros

### TESTEMUNHOS DA EDIÇÃO DE 2009:

***Refresh actual e abrangente sobre um tema essencial.***

Hélder Vaz Monteiro, Supply Chain Manager – Timberland Retail, Erich Brodheim

***“Evento bastante interessante, uma mais-valia na minha área.”***

Nádia Alexandra Ferreira, Especialista de Contacto – Serviço ao Consumidor, Nestlé Portugal

***“Muito interessante. Casos práticos excelentes.”***

Cristina Salvado Louro, Técnica Superior de Informática, Caixa Seguros

***“Evento de elevada importância.”***

Marisa dos Santos Gonçalves, Coordenadora, Vendas e Serviços Digitais – Apoio ao Cliente, Sportinveste Multimédia

### GARANTIA IDC

A IDC garante um número mínimo de inscrições (pessoas que se registam para assistir ao evento). Se o número de inscrições for inferior ao mínimo garantido pela IDC, o patrocinador receberá um crédito proporcional. Por exemplo, se houver 10% inscrições a menos, o patrocinador terá no próximo evento um crédito de 10% sobre o valor do patrocínio. O número mínimo garantido pela IDC para as inscrições nesta Briefing Session é de 150 pessoas.

A IDC está sempre disponível para discutir com os patrocinadores novas formas e abordagens que possibilitem a obtenção de maiores benefícios do evento.