




**THE
POWER
TO KNOW.**

Proposta de temas para o 2º encontro
Discussão e conclusões

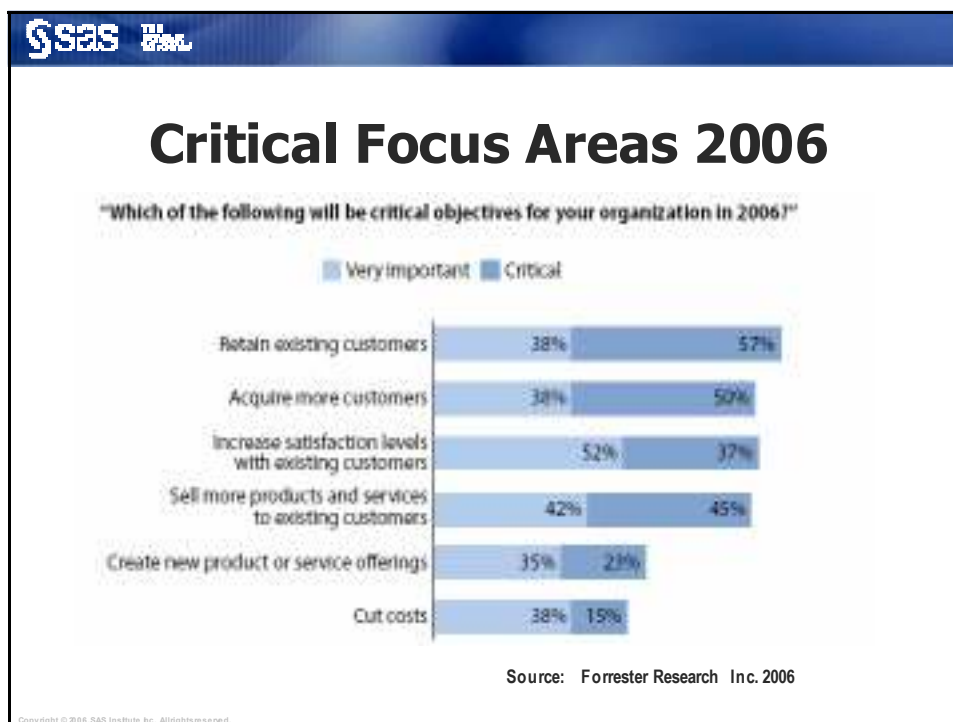
Maria João Tavares
Customer Intelligence - Business Development

Copyright © 2003, SAS Institute Inc. All rights reserved.

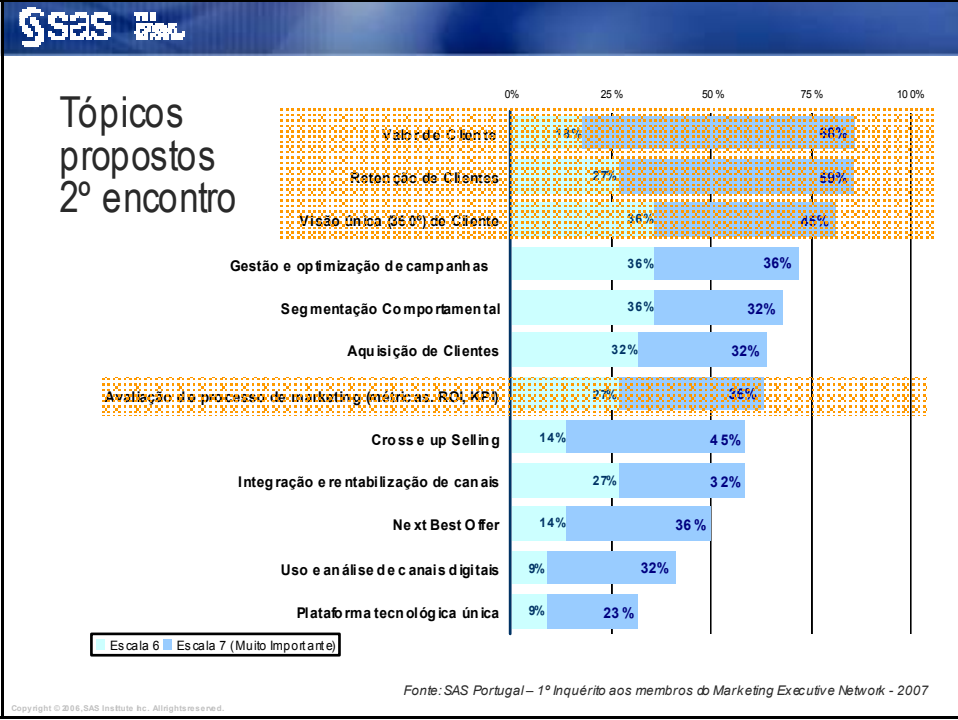
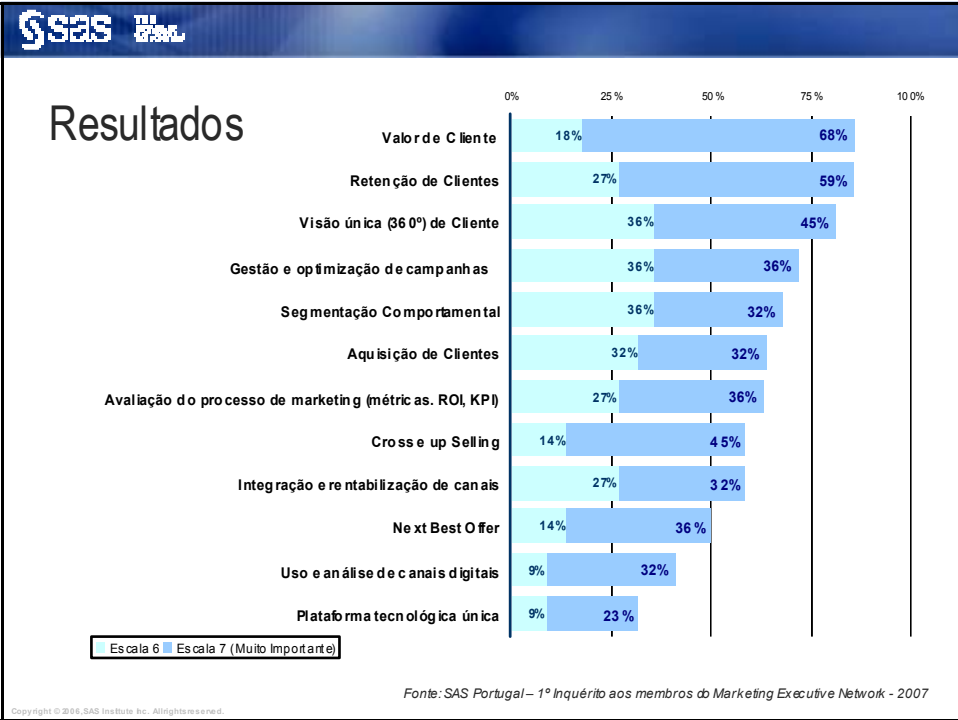


- Discussão
- Conclusões
- Agenda do 2º encontro

Copyright © 2003, SAS Institute Inc. All rights reserved.



- SAS** INSTITUTE
- ## Temas mais importantes
- 1º Inquérito ao painel de membros do Marketing Executive Network – Março 2007
 - Respostas
 - n=22
 - Taxa de respostas: 37%
 - Escala de 1 (nada importante) a 7 (muito importante/crítico)
 - Considerou-se os valores 6 e 7 da escala
- Copyright © 2006, SAS Institute Inc. All rights reserved.



SAS INSTITUTE

... serão pertinentes?

- Marketing in real time
- Pricing (simulação, cenários e optimização)
- Forecasting produto / canal

Copyright © 2003, SAS Institute Inc. All rights reserved.

SAS INSTITUTE

Partilha

Comunicação

Contribuição

Conhecimento

Actualização

marketing executive network
sharing experiences to leverage marketing intelligence and analytics

Home | [Articles](#) | [Events](#) | [Members](#) | [Sponsor](#)

1º encontro - Marketing Under Pressure

O primeiro encontro do grupo realizou-se a 27 de Novembro, no Museu das Escalvadeiras, em Lisboa e teve sobretudo o tema "Marketing Under Pressure - Distribuir a pressão através do fluxo de clientes e via optimização dos processos". A partir dos 2 artigos do Dr. Carlos Oliveira, Presidente da APME (Associação Portuguesa de Profissionais de Marketing), do Dr. Sérgio Vieira, Director de CRM da Sandstone, Tânia e do Prof. Francisco Sousa, Director de Inteligência Operativa Nacional do SAS International.

CXO - O cliente é o rei, com o apoio da nossa CMO, focamos a nossa estratégia para as melhores práticas de marketing, processos e operações para oferecer a melhor experiência ao cliente e otimizar os processos internos e operações de marketing, com especial atenção para a importância do departamento de marketing no mundo digital.

10 Comments | 2 Articles | 1 Member

2. Funded in marketingexecutive.com

Return on Customer: Don Peppers and Martha Rogers

It's not all about return on investment, but are you calculating and expanding your return on customer? See Martha Rogers and Don Peppers of Peppers & Rogers Group. (The [In] Strategy Institute)

Search

Categories

- customer management (1)
- customer value (1)
- marketing (1)
- marketing automation (1)
- customer marketing (1)
- customer retention (1)
- customer relationship (1)

Blog: www.marketingexecutive.com

Copyright © 2003, SAS Institute Inc. All rights reserved.

