

Ottimizzare le azioni di Marketing e Sales con i sistemi di business intelligence

10° Workshop BI-élite
Osservatorio Business Intelligence 2011
School of Management Politecnico di Milano

Il Workshop

Il Workshop, cui parteciperanno docenti della School of Management del Politecnico di Milano ed esponenti del mondo delle imprese, costituisce un'occasione di confronto e brainstorming sull'impiego dei sistemi di business intelligence per **ottimizzare le azioni di Marketing e Sales**, analizzare l'andamento delle vendite, identificare il target delle campagne, prevedere la domanda, con il fine ultimo di migliorare la qualità delle performance e la capacità competitiva delle imprese. Attenzione verrà posta all'allineamento dei sistemi di BI con le strategie aziendali, alle configurazioni organizzative, agli effetti sulla razionalizzazione dei processi, ai principali trend evolutivi.

L'Osservatorio Business Intelligence

L'Osservatorio Business Intelligence del Politecnico di Milano nasce nel 2008 con l'intento di evidenziare il valore strategico che le metodologie di BI svolgono nelle imprese e nella pubblica amministrazione, ponendo in luce i potenziali vantaggi relativi alla competitività, alla redditività, alla tempestività e all'aumento di efficacia nei processi decisionali. I risultati del primo anno di ricerca hanno permesso di identificare i benefici, le barriere, l'impatto organizzativo dei sistemi di BI, e di elaborare un maturity model nella loro adozione. In continuità con le edizioni 2009 e 2010, nel 2011 l'attività di ricerca prosegue analizzando le opportunità offerte dai sistemi di BI per diversi comparti industriali e dei servizi. I risultati del quarto anno di ricerca saranno illustrati nel corso di un **convegno** che si svolgerà a novembre presso il Politecnico di Milano.

Agenda:

10.00 Brief iniziale

Carlo Vercellis Politecnico di Milano
Responsabile scientifico Osservatorio Business Intelligence

Carlotta Orsenigo Politecnico di Milano
Responsabile ricerca Osservatorio Business Intelligence

10.15 Presentazione di business case di successo

Testimoni aziendali

11.30 Dibattito tra i partecipanti

12.30 Buffet lunch

Tra i temi trattati:

- targeting delle campagne
- segmentazione e analisi di geomarketing
- gestione delle relazioni con i clienti
- social media analytics, Web reputation e text mining
- BI & mobility per la sales force
- ottimizzazione del pricing

È prevista la partecipazione di:

A2A, AgustaWestland, Alessi, Amadori, Bolton Services, BravoFly, Car World Italia, CWS-boco Italia, Danone, Direct Line, ENI, Esselunga, Eurovetropac, Fiditalia, Gruppo Citterio, Heineken Italia, ING Direct, IREN Mercato, Loro Piana, Malpensa Energia, Matrix, m-dis, Mediobanca, Moleskine, Mondadori, Novartis, Nycomed, Penny Market, Radici Partecipazioni, RBM Salute, Roche Diagnostics, Sapio, Sky, Smith & Nephew, Toschi, TUA Assicurazioni, Vodafone, Wind, Zurich Italia.

www.door.polimi.it

www.osservatori.net

Mercoledì 5 Ottobre 2011

Sala del Consiglio - School of Management, Politecnico di Milano (Campus Bovisa), Via Lambruschini 4b - Ore 10.00

La partecipazione al Workshop è ad inviti. Si prega di confermare la propria presenza a osservatoriobi.dig@polimi.it

Segreteria Organizzativa: telefono 02.2399.3950

Partner



Microsoft



Sponsor



archebit



Decisyon

