

**Modul I**

**Dato:** Tirsdag den 23. - torsdag den 25. marts 2010

**Sted:** Huset Markedsføring, Ndr. Fasanvej 113-115, 1 sal , 2000 Frederiksberg

**Kursus**

**leder:** Finn Thomsen, DIRECTION - formand for Direct Marketing Klubben

**Dag 1: Strategi TIRSDAG 23. marts 2010**

**08.30** Registrering, kaffe/te og morgenbrød

- bagage opbevares i plenumlokalet til kl. 15

**09.00 Velkomst og opladning**

v/ Finn Thomsen, DIRECTION

- uddannelsens formål og 'røde tråd'

- kort om dig selv, dit ansvarsområde og din største udfordring

**09.30 CRM på CBS**

v/ Thomas Ritter, professor på Copenhagen Business School

Hvordan ser en højere læreanstalt på Customer Relationship Management?

- CRM som kernen i morgendagens marketing management

- CRM som fundamentet for virksomhedens brand equity tilvækst

**10.30** Pause m. kaffe/te

**11.00 Workshop: CRM-parathed**

v/ Finn Thomsen, DIRECTION

Med CRM-kompasset måler du jeres CRM-parathed - og får svar på:

- hvilke fire områder er afgørende for succes'en med CRM?

- hvordan prioriterer du/I indsatsen for optimering af effekt?

**12.00** Frokost

**13.00 Strategisk analyse (1)**

v/ Bo Sannung, SAS Institute og

Hans-Henrik Søndersted-Olsen, Klausen & Partners

Knagerækken til problemløsning:

- markedet

- organisationen

- produktet

- kundestigen

**14.15** Pause m. kaffe/te

**14.45 Strategisk analyse (2)**

v/ Bo Sannung og Hans-Henrik Søndersted-Olsen

Fortsættelse af emnet

**16.00 Din CRM-plan - briefing og disponering (1)**

v/ dig selv - sparring med gruppen

Sådan udarbejder du en kundeorienteret CRM-plan til at opbygge og fastholde din virksomheds værdifulde relationer.

- gennemgang af CRM-planens skabelon

- præsentation af din virksomhed og CRM-udfordring

- debat om planens indhold mhp implementering efter CRM Akademiet

- din disponering af planen

**18.00** Get together-middag (kl. 18.15) på Restaurant Da Claudio.

**??** Evt. networking

**Dag 2: Viden – Organisation ONSDAG 24. marts 2010**

- 09.00 CRM og Forandringsledelse** (Change Management)  
*v/ Thomas Rosenberg, TDC*  
Introduktion til CRM som ledelsesfilosofi  
- virksomhedsfilosofi og kundekultur  
- organisationsændring/-dynamik  
- forandringsledelse/-villighed  
- teoriapparat og værktøjer
- 10.15** Pause m. kaffe/te
- 10.45 Videnstyring** (Knowledge Management)  
*v/ Thomas Rosenberg, TDC*  
Indsamling, strukturering, forædling og distribution af viden  
- videndeling  
- styring af viden  
- miljø for videndeling  
- personificering/kodificering/validering
- 12.00** Frokost
- 13.00 Din CRM-plan - disponering (2)**  
*v/ dig selv - sparring med gruppen*  
Sådan udarbejder du en relevant plan jfr. den udleverede skabelon  
- debat om planens indhold mhp implementering efter CRM Akademiet  
- disponering af planen
- 14.00** Pause m. kaffe/te
- 14.15 Telemarketing**  
*v/ Bjarke Andersen, TM Partner*  
Sådan integrerer du telefonen systematisk i markedsføringen  
- in- og outbound  
- callcentrets mission  
- telefonens integration med off- og onlineprojekter
- 15.30** Pause
- 15.45 Segmentering**  
*v/Lars Groth, Geomatic*  
Hvor små segmenter er det realistisk at arbejde med? 'Segments of one?'  
- segmenterings-strategi  
- privat- og erhvervssegmentering  
- kilder med segmenteringsdata  
- segmentering til DM-kampagner  
- den praktiske anvendelse
- 17.00 Tak for i dag – undervisning slut**
- ??** Din CRM plan – homework

**Forbehold for programændring**

---

**Dag 3: Kanaler – Økonomi TORSDAG 25. marts 2010**

---

**09.00 Kunde- og emnedata***v/ Henrik Hobel, DM Partner*

Informationsværktøjer og databaser:

- informationstyper - hvilke interne og eksterne data kan vi bruge?
- dataindsamling - hvorfra skaffer vi data?
- køb af eksterne data - hvilke kilder findes?
- Mosaic og conzoom - eks. på geodemografiske segmenteringsværktøjer

**10.15** Pause m. kaffe/te**10.45 Systemstrategi***v/ Bo Sannung, SAS Institute*

Introduktion til CRM-systemet

- kravspecifikation: fastlæggelse af funktionalitets-/integrationsbehovet, CRM-systemet skal kunne håndtere
- outsourcing: hvad kan naturligt outsources og hvad bør håndteres internt i virksomheden?
- eksempler: CRM kravspecifikationer, leverandørvurdering/-leverancer/-kontrakt, projektmilepæle før og efter implementering, faldgruber m.m.

**12.00** Frokost**13.00 Din CRM-plan - disponering (3)***v/ dig selv - sparring med gruppen*

Sådan udarbejder du en relevant plan jfr. den udleverede skabelon

- debat om planens indhold mhp. implementering efter CRM Akademiet
- disponering af planen

**14.00 Din CRM-plan – hvad viser du chefen?***v/ dig selv - sparring med gruppen***14.30** Pause m. kaffe/te**15.00 Økonomi***v/ Jeppe Hartmann Berggreen, Klausen + Partners*

Fokus på lønsomhedsvurdering af marketingindsatsen

- begreber/nøgletal og konkret case
- model til fastsættelse af kundens livstidsværdi

**16.15 Opsummering og afslutning***v/ kursusleder*

Evt. spørgsmål til Modul I's pensum

**16.30 Tak for i dag - Vi ses på Modul II**

---

*Forbehold for programændring*

---

**Modul II**

**Dato:** Tirsdag den 20. - torsdag den 22. april 2010

**Sted:** Huset Markedsføring, Ndr. Fasanvej 113-115, 1 sal, 2000 Frederiksberg

**Kursus**

**leder:** Finn Thomsen, DIRECTion - formand for Direct Marketing Klubben

**Dag 1: Relationer – Systemer TIRSDAG 20. april 2010**

**08.30** Registrering, kaffe/te og morgenbrød

**09.00 Introduktion til Modul II**

*v/ kursusleder*

- Hvad lærte du på Modul I?
- Hvad skal du igennem på Modul II?

**09.15 Relationsprocessen**

*v/ Troels Skjelbo, Telenor*

Hvad motiverer kunder til at indgå i relationer? Med udgangspunkt i en videnskabelig model for skabelse af kunderelationer giver emnet indblik i:

- hvorfor man også kan lave loyalitetsaktiviteter uden et dyrt CRM system - hvad der motiverer dine kunder til at indgå i en relation med netop din virksomhed
- hvilke 5 oplevelser du skal skabe for dine kunder
- tjekliste til relationsprocessen

**10.30** Pause m. kaffe/te

**10.45 Brugervenlighed på nettet**

*v/ Troels Skjelbo, Telenor*

Sådan sikrer du størst 'usability' på jeres hjemmeside

**12.00** Frokost

**13.00 Din CRM-plan (4) - feedback fra chefen**

*v/ dig selv*

- kort præsentation af chefens kommentarer til din disponering af planen, og derefter gruppearbejde

**14.15 Kundeværdi**

*v/ Christian Linnelyst, SAS Scandinavian Airlines Danmark A/S*

Segmentering og kundeværdi som grundlag for CRM

- segmenteringsmodeller og kundeværdi
- LTV og MVC (Life Time Value og Most Valuable Customers)

**15.30** Pause med kaffe/te

**15.45 CRM-systemer**

*v/Bo Sannung, SAS Institute*

Systemet er midlet til at nå målet - CRM. Hvad skal du vælge?

- overblik over relevante systemer

**17.00 Tak for i dag**

**??** **Din CRM-plan – homework**

---

**Dag 2: Kreativitet – Internet ONSDAG 21. april 2010**

---

**09.00 Kreativitet**

*v/Lars Gardan, OgilvyOne*

- Virkemidler på tværs af kanaler og kommunikationsstrategier -  
masser af cases - gode og dårlige - danske og udenlandske
- éngangsknald eller langvarigt forhold?
  - metoder og ideer til begge dele
  - på tværs af kanaler og kommunikationsstrategier

**10.15** Pause m. kaffe/te**10.45 Test/responsmarketing**

*v/ Troels R. Christensen, Responsive*

- Sådan forbedrer du løbende både effekt og lønsomhed. Og sikrer, at budgettet bruges på den rigtige måde
- hvorfor, hvornår, hvordan?
  - responsmåling og -vurdering
  - brug af resultaterne
  - cases/eksempler

**12.00** Frokost**13.00 Din CRM-plan (5) – strategi inkl. kaffe/te**

*v/ dig selv - sparring med gruppen*

- Her udarbejder du en relevant plan jf. den udleverede skabelon
- debat om planens strategi mhp implementering efter CRM Akademiet
  - udarbejdelse af strategien

**14.15 Brevet som dialogværktøj**

*v/ Jan C. Larsen, Post Danmark*

- 'Fysiske medier i en virtuel verden - sådan optimeres anvendelsen'  
(jeg ser ingen forskel på 'virkning' og 'effekt')
- hvordan opnås synergi mellem det postale brev og andre medier?
  - Ja Tak og Nej Tak-profiler - hvordan ser de ud? Og hvordan bruges de?
  - hvordan udnyttes forbrugernes holdninger til fysisk reklame?

**15.30 Pause****15.45 Mobilen som dialogværktøj**

*v/ Steffen Krabbenhøft, Mediacom*

- Sådan bruger du mobilen - det mest personlige medie i relationen
- internt og eksternt
  - aktuelle cases

**17.00 Tak for i dag**

---

---

**Dag 3: Usability – Telemarketing TORSDAG 22. april 2010**

---

**09.00 Search Marketing**

*v/ Chandra Mostov, Wunderman*

Sådan udnytter du søgemaskinerne optimalt i markedsføringen

- hvordan/hvad 'googler' forbrugerne?
- succeskriterier for topplacering
- aktuelle cases

**10.15** Pause m. kaffe/te**10.45 eBusiness**

*v/ Jannik Liedner, NetPeople*

Sådan integrerer du email, web m.m. for opnåelse af størst effekt

- CRM i forhold til eBusiness
- teknologi og tendenser
- de strategiske overvejelser
- drejebog til det første eCRM-projekt
- casebeskrivelse, gruppeopgave, fremlæggelse og debat

**12.00** Frokost**13.00 Din CRM-plan (6) - strategi**

*v/ dig selv - sparring med gruppen*

Her udarbejder du en relevant plan jf. den udleverede skabelon

- debat om planens strategi mhp implementering efter CRM Akademiet
- færdiggørelse af strategien

**14.00 Din CRM-plan – hvad viser du chefen?****14.30** Pause m. kaffe/te**15.00 Kanalstrategi**

*v/Thomas Rosenberg, TDC*

*og Jacob Elkær-Hansen, Nordisk Film Biografer*

Nu handler det om muligheder - konkretisering af kanaler og aktiviteter/kreativitet:

- kontaktstrategi – sådan defineres vejen for kunden, når der skal vælges kommunikationskanal
- kanalintegration
- hvad koster de forskellige medier? Og hvor meget ønsker vi at bruge på vores kunder?
- hvad er mellemmandens rolle?
- hvilke overvejelser indgår i kanalstrategien?

**16.15 Opsummering og afslutning**

*v/ kursusleder*

Evt. spørgsmål til Modul II's pensum

**16.30 Tak for i dag.** Vi ses på Modul III

---

*Forbehold for programændring*

---

---

**Modul III**

---

**Dato:** Tirsdag den 18. - torsdag den 20. maj 2010

**Sted:** Huset Markedsføring, Ndr. Fasanvej 113-115, 1 sal, 2000 Frederiksberg

**Kursus**

**leder:** Finn Thomsen, DIRECTION – formand for Direct Marketing Klubben

---

**Dag 1: Kunden i centrum - TORSDAG 18. maj 2010**

---

**09.00 Introduktion til Modul III**

*v/ kursusleder*

- Hvad lærte du på Modul II?
- Hvad skal du igennem på Modul III?

**09.15 Kundeakkvisition, -fastholdelse og udvikling (1)**

*v/ Christina Rűsz, Canal Digital og Dorthe Jensen, Danske Bank*

De tre første trin i kundeprocessen

- omkostning ved at skaffe nye kunder versus at fastholde gamle
- offeromkostning for kunder ved at skifte
- internet som en vigtig skaber af barrierer
- bonussystemer og pointprogrammer

**10.30** Pause m. kaffe/te

**10.45 Kundeakkvisition, -fastholdelse og udvikling (2)**

*v/ Christina Rűsz, Canal Digital og Dorthe Jensen, Danske Bank*

Customer Lifecycle Management

- Udvikling af kunden fra emne til ambassadør
- Sikring af kundens engagement
- Měr- og krydssalg
- Early warning
- Automatisering af kundekontakten

**12.00** Frokost

**13.00 Din CRM-plan (7) – feedback fra chefen**

*v/ dig selv - sparring med gruppen*

Derefter gruppearbejde – inkl. kaffe/te

**14.15 WinBack**

*v/ Hans Christian Kock, Kristeligt Dagblad*

Sådan vinder du mistede kunder tilbage.

Trin 4 i kundeprocessen skaffe - fastholde - udvikle - reaktivere.

- årsager til afgangsb'blindhed' og WinBack-apati
- træf de rigtige beslutninger
- WinBack kommunikationsplanen, der genskaber tillid
- informationskilder til indikation af truende kundeafgang
- prioritering af ressourcer

**15.30** Pause m. kaffe/te

**15.45 Den individuelle dialog**

*v/ Maria Furbo, Relationshuset*

Sådan får du indhold og teknologi til at gå op i en højere enhed

- asynkron/eventbaseret kommunikation
- forudsætninger for relevans
- eksempler på den optimale dialog

**17.00 Tak for i dag**

**??** Din CRM-plan – homework

---

*Forbehold for programændring*

---

**Dag 2: Jura - Best Practice – ONSDAG 19. maj 2010**

---

- 09.00**      **Web 2.0**  
*v/ Dan Forsberg, OgilvyOne Worldwide*  
Fra CRM til CMR - et afgørende paradigmeskift i markedsføringen  
- når forbrugeren bestemmer dialogen
- 10.15**      Pause m. kaffe/te
- 10.45**      **Marketingjura**  
*v/ Thomas Munk Rasmussen, Delacour Dania*  
Hvad siger loven? Teori og cases:  
- hvornår og hvordan må erhvervsdrivende sende e-mail, SMS, direct mail mv.?  
- hvilke juridiske forskelle er der på B-t-B og B-t-C markedsføring?  
- en praktisk indføring i de relevante dele af markedsførings- og persondataloven  
- hvad sker der, hvis reglerne ikke overholdes?
- 12.00**      Frokost
- 13.00**      **Din CRM-plan (8) – Færdiggørelse**  
*v/ dig selv - sparring med gruppen*  
Gruppearbejde
- 15.15**      Pause m. kaffe/te
- 15.45**      **90 gode råd på 90 minutter**  
*v/ Jacob Elkær Hansen, Nordisk Film Biografer*  
Best practice: Her får du et godt råd i minuttet  
- masser af tips og ideer  
- fiduser til bl.a. strategi, database/målgrupper, emnegenerering, salgsbrevet, responsforstærkende elementer, test, WEB, etc. etc.
- 17.00**      **Tak for i dag**
- ??**         **Din CRM-plan – homework**

---

*Forbehold for programændring*

---

**Dag 3: Diplomprøve torsdag 20. maj 2010**

---

- 09.00 Din CRM-plan – præsentation for censorgruppen (og holdet) DEL 1**  
Du præsenterer din CRM-plan for en censorgruppe og de øvrige deltagere  
- PowerPoint fra USB-nøglen  
- 10 minutter pr. oplæg
- 12.00** Frokost
- 13.00 Din CRM-plan – præsentation for censorgruppen (og holdet) DEL 2**
- 14.30 Din CRM-plan – bedømmelse v/censorerne**  
Inkl. kaffe/te
- 15.15 Din CRM-plan - sandhedens time v/censorerne**  
- bedømmelse af din CRM-plan  
- kåring af de fire bedste planer i relation til udfordringen
- 15.45 Dimittering**  
*v/ kursusleder*  
Belønningen for ni dages koncentreret videreuddannelse  
- diplomoverrækkelse  
- fotografering til Markedsføring og website
- 16.00 Afslutning** - held og lykke fremover  
*Forbehold for programændring*
-