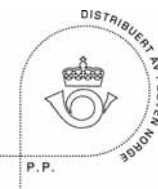


B ØKONOMI
ÉCONOMIQUE



Returadresse:
BI Kompetanseforum, 0442 Oslo

Praktisk informasjon

TID

Onsdag 25. april 2007
kl 09.00 – 16.00
Registrering og kaffe fra kl 08.30

STED

Handelshøyskolen BI
Nydalsveien 37, 0484 Oslo
Telefon 464 10 888

PRISER

Deltakerprisen er kr 3.450,- (eks. mva)
Prisen inkluderer faglig program og servering. Dokumentasjonen fra forelesernes presentasjoner er tilgjengelig for deltakerne på vår nettside etter konferansen.

Ved felles påmelding av fem betalende deltakere, kan en sjette person fra bedriften delta gratis. Ved flere enn seks deltakere fra samme virksomhet, ring oss for tilbud på tlf 464 10 888.

BEKREFTELSE

Bekreftelse og faktura blir tilsendt. Påmeldingen er bindende og eventuell avmelding må skje skriftlig til konferanse@bi.no. Ved avmelding før onsdag 11. april refunderes 50% av avgiften. Ved avmelding denne dag eller senere belastes hele avgiften. Ved eventuelt frafall kan en annen person fra bedriften delta og vi ber om at dette meddeles skriftlig til konferanse@bi.no.

INFORMASJON OM PROGRAMMET

Kontakt BI Kompetanseforum, tlf 464 10 888,
e-post: kompetanseforum@bi.no

PÅMELDING



Handelshøyskolen BI
Konferanseavdelingen
0442 Oslo



46 41 00 17



www.kompetanseforum.com



konferanse@bi.no

Påmelding Norsk Kundebarometers årskonferanse 25. april 2007

Som alternativ til påmelding via internett

Etternavn: _____

Fornavn: _____

Tittel: _____

Firma: _____

Adresse: _____

Postnr./-sted: _____

Telefon: _____ Mobil: _____

E-post: _____

Påmelding kr 3.450,- (eks. mva)

Vi har spesialavtale med Radisson SAS Hotel Nydalen ved Handelshøyskolen BI. For reservasjon, ring tlf 23 26 30 00, kode: WHP 78485

Bekreftelse og faktura vil bli tilsendt.



BI

Norsk Kundebarometers årskonferanse



KUNDETILFREDSHET – KUNDEN I SENTRUM

- Kunden og media overtar makten
- FBI – Forbrukerinspektørens hverdag
- Når media tar kontakt – frykten for forsiden
- Co-branding: Fallgruver og suksesskriterier
- Kundetilfredshetsprisen 2007



*Cathrine Foss Stene
SAS Braathens*



*Roland T. Rust
University of Maryland*



*Tor W. Andreassen
Handelshøyskolen BI*



*Camilla Tepfers
DnB NOR*

Handelshøyskolen BI, Oslo, onsdag 25. april 2007

BI Kompetanseforum

Nasjonal arena for kompetanseutvikling og innovasjon

www.kompetanseforum.com

Kundetilfredshet – mediefokus og bevisste forbrukere

Interessen for kundetilfredshet og kundelojalitet er stadig økende. Dette gjelder ikke bare næringslivet og media, men forbrukerne i Norge blir også mer engasjerte. Dersom norske forbrukere i større grad enn i dag benytter makten de besitter til å være illojale mot bedrifter de er misfornøyde med, vil betydningen av kundetilfredshet bli enda større i årene som kommer.

Norsk Kundebarometer har klart å oppfylle sin målsetning om å være den målestokk norske bedrifter benytter for å sammenligne sin virksomhet med konkurrenter og aktører i andre bransjer over tid.

Kundetilfredshet er viktig for bedriftene og ettersom forbrukerne blir stadig mer bevisst leverandørenes evne til å tilfredsstille deres behov, vil viktigheten bare øke i fremtiden. En ny naturlig målsetning for Norsk Kundebarometer blir derfor at forbrukerne i større grad bruker våre resultater som veiledning i sine valg av leverandører. Hvorfor skal de ikke velge de bedriftene som har de mest fornøyde kundene?

Vårt ønske om å bidra i samfunnsdebatten og søke å påvirke norske bedrifter til å orientere seg mot kundenes

tilfredshet, er primært motivert ut i fra et bedriftsøkonomisk perspektiv. Skal norske bedrifter stå godt rustet mot økende konkurranse fra inn- og utland, må de ta vare på sine kunder. I konkurransen om forbrukerne er det svært mye vanskeligere å kapre en tilfreds kunde enn en lite tilfreds kunde.

Norsk Kundebarometer har i år gleden av å invitere til en dagskonferanse med solide faglige innlegg, spennende innsyn i toneangivende norske bedrifters tenkning og hvordan medier arbeider i forhold til forbrukerstoff.

Vi er spesielt stolte av å kunne presentere en av de mest anerkjente internasjonale forskerne innenfor markedsføring, professor Roland T. Rust.

Velkommen med din påmelding!

Pål R. Silseth,
prosjektleder,
Norsk Kundebarometer
Handelshøyskolen BI



Roland T. Rust er en av vår tids fremste bidragsyttere innenfor markedsføringsfaget. Rust utfordrer eksisterende kunnskap innen markedsføring på en kritisk reflekterende måte. Rust er konseptuelt nytenkende og opptatt av å teste sine nye modeller empirisk. Han er spesielt opptatt av å dokumentere de økonomiske konsekvensene av ulike markedsføringsstrategier og beslutninger. Området Customer Equity Management har kommet frem gjennom hans arbeider - noe som har ledet til hva mange kaller "the Rust School of thinking". Rusts arbeider har hatt vesentlig innflytelse både i academia og næringslivet, og ført til en rekke priser.

Til daglig er Rust professor i markedsføring ved Universitetet i Maryland i USA, redaktør av Journal of Marketing, det høyest rangerte tidsskriftet innen fagfeltet og direktør for Center for Excellence in Service. Han er også grunnleggeren av Journal of Service Research.

"Storebrand legger stor vekt på hvordan kundene opplever våre tjenester. Norsk Kundebarometer har gjennom flere år vært et viktig verktøy i vårt kontinuerlige arbeid med å klarlegge hva som påvirker kundenes opplevelser positivt og negativt. Jeg deltar på Norsk Kundebarometers årskonferanse fordi den retter søkelyset mot viktige temaer for Storebrand og fordi foredragsholderne formidler nyttig erfaring og kunnskap, både fra et teoretisk og praktisk perspektiv."

Trond O. Pedersen, rådgiver strategi- og organisasjonsutvikling, Storebrand



Kai G. Henriksen
AS Vinmonopolet



Nina Moi Edvardsen
FINN.no



Hans Hjellemo
Kampanje



Elin Ørjasæter



Frank Sivertsen
FBI, NRK

Kundetilfredshet – kunden i sentrum – 25. april 2007

Konferanseleder: Hans Hjellemo, ansvarlig redaktør, Kampanje

08.30 Registrering og morgenkaffe

09.00 Åpning og velkommen

Roland T. Rust, professor, Robert H. Smith School of Business, University of Maryland
Marketing Return on Investments: Developing a Decision Support System for Driving Customer Equity

Utdeling av Norsk Kundebarometers Kundetilfredshetspris 2007

Pål R. Silseth, prosjektleder, Norsk Kundebarometer, Handelshøyskolen BI
Presentasjon av resultatene fra årets målinger

10.45 Kaffepause

11.15 **Tor W. Andreassen**, professor og instituttleder, Handelshøyskolen BI
Co-branding: Fallgruver og suksesskriterier

Nina Moi Edvardsen, organisasjonsdirektør, FINN.no
Rekordvekst uten å glemme kunden
- svaret er en sterk bedriftskultur

Case

*FINN.no har vokst med mer enn 50% i antall medarbeidere i 2006.
I en arbeidsmiljøundersøkelse rangeres FINN.no som en av Norges beste arbeidsplasser.*

Camilla AC Tepfers, leder, DnB NOR Innovasjon
Globalisering, rask teknologisk utvikling og økt konkurranse
- hva betyr det for fremtidens kundedialog

12.45 Lunsj og nettverksbygging

13.45 **Frank Sivertsen**, redaktør, Forbrukerinspektørene (FBI), NRK
FBI fra innsiden: En helt vanlig dag på jobben

Cathrine Foss Stene, kommunikasjonsdirektør, SAS Braathens
Når media tar kontakt...

14.45 Pause med frukt og forfriskninger

15.05 **Kai G. Henriksen**, adm. dir., AS Vinmonopolet
Med kunden i sentrum – vår vei fra forvaltningsinstitusjon til servicebedrift

Case

I 2000 ble Vinmonopolet oppfattet som en traust monopolbedrift, og fikk en middelmådig karakter i Norsk Kundebarometer. Vinmonopolet har satset målbevisst på å gjøre kundene sine mer fornøyde, og var i 2006 blant de beste i kundetilfredshetsklassen. Vinmonopolet ble kåret til Årets Servicebedrift i 2006 av HSH, Handels- og servicenæringens hovedorganisasjon.

Elin Ørjasæter, bedriftsrådgiver og forfatter
Kundens IQ, den glemte faktor i forbrukerforskning

16.00 Avslutning ved **Hans Hjellemo**, ansvarlig redaktør, Kampanje