

1to1 Seminar Series 2008

Gestão de Clientes

8 e 9 de abril • Hotel Sofitel • São Paulo - SP

"Porque seus clientes comunicam-se com outros clientes, a experiência que sua empresa lhes entrega é mais importante que as mensagens que lhes envia"

Don Peppers & Martha Rogers
Rules to Break and Laws to Follow

Terça-feira, 8 de abril

Marketing 1to1® Aplicado

Transformando estratégia em prática de negócios

Quarta-feira, 9 de abril (sessões simultâneas)

Implementação de Projetos de Gestão de Clientes

Estudos de casos e técnicas avançadas de Marketing 1to1®

Planejamento e Gestão de Programas de Fidelidade

Melhores práticas e metodologias para fidelização e retenção de clientes



1to1 Seminar Series Seminários Avançados Setoriais

Os **Seminários Avançado Setoriais** compõem a gama de eventos do Peppers & Rogers Group com enfoque específico em determinados setores da economia. Com conteúdo mais aprofundado, dirigido àqueles que já tenham participado de seminários 1to1, trabalham nos setores enfocados e já estejam aptos a absorver um conhecimento mais avançado, estes eventos contam também com a participação de palestrantes convidados com destaque na indústria em questão.

Maio – São Paulo - SP



Indústria
Farmacêutica



Telecomunicações

Para mais informações e inscrições
entre em contato com nossa central de
atendimento pelo telefone **(11) 4134-4900**
ou pelo e-mail treinamento@1to1.com.br

Outubro – São Paulo - SP

Agronegócio



Instituições
Financeiras



Varejo



Sobre o Peppers & Rogers Group

O Peppers & Rogers Group é a consultoria pioneira e principal referência no desenvolvimento, implantação e gestão de estratégias de negócios, com base em relacionamento com clientes. Através de sua metodologia Marketing 1to1®, desenvolve e implementa projetos voltados à solução de problemas de negócio, por meio de ações específicas para ampliar e aprofundar o conhecimento sobre os clientes de cada organização e ainda, otimizar os investimentos na ampliação e manutenção dessa base de clientes.

Atuante há mais de 15 anos no mercado mundial, o grupo foi fundado por Don Peppers e pela Dra. Martha Rogers, autores de best-sellers que tratam sobre relacionamento com clientes (Marketing Um a Um, Empresa 1:1, The One to One Fieldbook, One to One B2B e, mais recentemente, Return on CustomerSM - ROC). O Peppers & Rogers Group completa em 2008 nove anos de presença na América Latina oferecendo serviços de consultoria estratégica, planejamento e execução de programas e ações, bem como treinamentos e publicações, todos focados no tema: Gestão de Clientes.

Marketing 1to1® Aplicado

Transformando estratégia em prática de negócios

Público:

Profissionais de marketing, vendas, tecnologia, atendimento e comunicação, responsáveis por definir estratégias e implementar iniciativas ou programas de relacionamento com clientes. Indicado para aqueles que ainda não tiveram contato com a metodologia 1to1® em cursos do Peppers & Rogers Group.

Conteúdo:

Apresenta de forma prática, através de exemplos, como adotar um modelo de negócios centrado no cliente bem como as vantagens, desafios e riscos de cada estratégia. A metodologia de referência é o Marketing 1to1®, base da prática de consultoria do Peppers & Rogers Group, aplicada em centenas de empresas em todo o mundo.

08h00 Recepção dos participantes, credenciamento e entrega do material

08h30 Abertura do seminário

O modelo de negócios centrado no cliente

- A metodologia do Marketing 1to1®

Interatividade: modo de usar

- Experiência do cliente nos pontos de contato com a empresa

Ferramentas de relacionamento com clientes

- Comunicação: marketing direto, marketing de relacionamento, programas de fidelidade, de incentivo e de canais
- Tecnologia: entendendo o quebra-cabeça

Aspectos organizacionais: o papel das pessoas

- Quem é o "dono" do cliente: funções de gestão de clientes nas empresas

Processos: como incorporar as informações individuais dos clientes

- Captura de satisfação, contribuições para inovação, solução de problemas

Como medir os resultados de negócio da estratégia de clientes

- Indicadores: um painel de resultados financeiros e de marketing
- ROCsm – Return on Customer: medida de valor da base de clientes

Estudos de Casos

- Os temas do seminário são ilustrados com exemplos reais do Peppers & Rogers Group e outros casos nacionais e internacionais debatidos com os participantes

17h30 Encerramento e entrega dos certificados

Haverá intervalo para almoço e cafés

Apresentado por:



Fernando Pierry
Sócio Fundador
Peppers & Rogers Group

Fernando Pierry tem experiência em tecnologia da informação, marketing e vendas. Sócio-fundador do Peppers & Rogers Group na região, Pierry é o responsável pelo desenvolvimento e execução de projetos para toda a América Latina, Portugal e Espanha, onde a empresa conta com clientes em treze países. Pierry trabalha com o nível diretivo de vários dos clientes do Peppers & Rogers Group, incluindo projetos na indústria automotiva, farmacêutica, de consumo, telecom e alta tecnologia. Pierry é um palestrante freqüente no Brasil e em toda a região de atuação da empresa. É co-autor de "Gestão de Empresas na Era do Conhecimento" publicado em Portugal e no Brasil, bem como co-autor e editor de pesquisas e seminários do Peppers & Rogers Group sobre programas de relacionamento e programas de fidelidade.

Quem você encontrará nesses seminários:

Os seminários organizados pelo Peppers & Rogers Group se destacam pela participação de executivos de alto nível nos setores de telecomunicações, financeiro, saúde, combustíveis e derivados de petróleo, automobilístico, indústria de base, bens de consumo, tecnologia da informação, agronegócio e outros. Participar destes eventos é uma excelente maneira de fortalecer e ampliar sua rede de relacionamentos com profissionais que compartilham suas preocupações, experiências e desafios.

Implementação de Projetos de Gestão de Clientes

Estudos de casos e técnicas avançadas de Marketing 1to1®

Público:

Este seminário é destinado a profissionais que já participaram do seminário "Marketing 1to1® Aplicado" ou que já tenham experiência na gestão do relacionamento com clientes em funções de marketing, vendas, atendimento a clientes, tecnologia ou recursos humanos.

Conteúdo:

O segmento "Implementação de Projetos de Gestão de Clientes" tem como objetivo prover a seus participantes os conhecimentos necessários para pôr em prática a Metodologia 1to1®. Serão percorridas as principais etapas e procedimentos necessários à execução de um projeto de gestão de clientes, explicitando suas dificuldades, pontos críticos e oportunidades, sempre acompanhados de exemplos reais encontrados em empresas de diferentes segmentos e atividades.

08h00 Recepção dos participantes, credenciamento e entrega do material

08h30 Abertura do seminário

A decisão de adotar um modelo de negócios centrado no cliente

Mapeamento da experiência do cliente: recomendações de implementação

Políticas de gestão da informação de clientes

- Tratamento dos dados: limpeza, transformação e carga
- Gestão e compartilhamento da informação de clientes
- Qualidade da aquisição e privacidade de dados

Capacidades analíticas

- Diferenciação por valor
- Diferenciação por necessidades
- Share of Customer: Valor real e potencial

As diferentes abordagens da tecnologia

- Opções estratégicas de infra-estrutura tecnológica para gestão de clientes

Transformação organizacional

- Modelo organizacional e descrição de funções de gestão de clientes
- Desenho de processos centrado no cliente
- Comunicação interna e mudança cultural nas corporações

Implementação da medição de resultados

- Desenho de planos de medição: relação causa – efeito
- Indicadores de transformação e indicadores financeiros
- ROCsm – Return on Customer: exemplo de cálculo

Discussão de casos reais

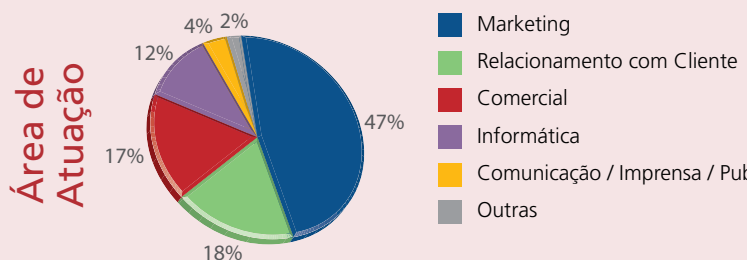
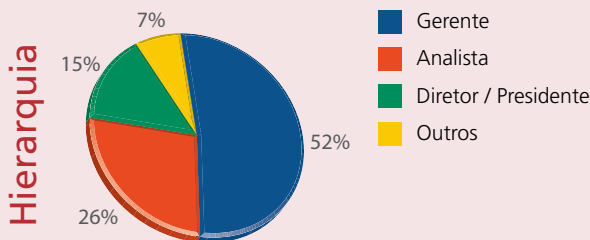
- Os temas do seminário são ilustrados com estudos de casos de projetos reais

17h30 Encerramento e entrega dos certificados

Haverá intervalo para almoço e cafés

Apresentado por:

Fernando Pierry
Sócio Fundador
Peppers & Rogers Group



Planejamento e Gestão de Programas de Fidelidade

Melhores práticas e metodologias para fidelização e retenção de clientes

Público:

Empresas com potencial ou intenções de desenvolver algum tipo de iniciativa de fidelidade ou incentivo para melhor explorar sua base de clientes e ainda, empresas que já tenham estruturado seus programas, mas que desejam potencializar ou aumentar a rentabilidade dos mesmos.

Conteúdo:

Os participantes acompanharão os principais passos para o desenvolvimento de um programa, desde a definição de objetivos até sua efetiva gestão, conhecendo exemplos e debatendo alternativas. O segmento aborda pontos sensíveis para a elaboração e manutenção de um programa de fidelidade e que podem representar o fracasso ou o sucesso do investimento, os benefícios e os riscos envolvidos na adoção dos diferentes modelos de programa.

08h00 Recepção dos participantes, credenciamento e entrega do material

08h30 Abertura do seminário

Definindo um programa de fidelidade

- Por que fazer um programa de fidelidade?
- Alinhamento com a estratégia competitiva e estratégia de clientes
- Exposição dos resultados da pesquisa Peppers & Rogers Group sobre programas de fidelidade no Brasil

Programas de fidelidade sob a ótica da metodologia do Peppers & Rogers Group: aplicações e benefícios

- Usando programas de fidelidade como ferramentas de Marketing 1to1®
- Tipos de programa de fidelidade: recompensa, reconhecimento, afinidade, descontos – vantagens e desvantagens

Justificando investimentos: estudo de viabilidade para programas de fidelidade

- Estimulando o comportamento dos clientes: o ciclo Testar-Aprender-Modificar
- Desenho do programa, resposta dos clientes e resultados financeiros
- A modelagem econômica: apresentação real de um estudo de viabilidade

Gestão de programas de fidelidade

- Aspectos estratégicos, táticos e operacionais
- Programas de fidelidade e gestão de clientes
- Alinhamento a outras ações e programas da empresa
- Fatores críticos de sucesso

Como medir resultados de programas de fidelidade:

- Modelo econômico: diagrama de influências e análise de sensibilidade
- Plano de acompanhamento: identificação de métricas de captura de dados
- Painel de controle do programa

Apresentação de case brasileiro

- Exemplo brasileiro de programa de fidelidade

17h30 Encerramento e entrega dos certificados

Haverá intervalo para almoço e cafés

Apresentado por:



Mirian Schmitt
Diretora
Peppers & Rogers Group

Mirian de Almeida Schmitt tem mais de 15 anos de experiência na área de Gestão de Clientes, principalmente em estratégias de desenvolvimento organizacional, gestão de canais, mudanças de processos e na implementação de projetos centrados no cliente. Experiência executiva em grandes empresas como Globo Cabo / NET, BCP Telecomunicações (Claro) e Vivo, gerindo projetos de grande complexidade e impacto organizacional. Atualmente é diretora do Peppers & Rogers Group e responsável por grandes projetos de Gestão de Clientes da empresa em segmentos como indústria automobilística, financeira, varejo, agronegócio e imobiliário.

Opções de Treinamento

Opção 1 (08/04/2008): Marketing 1to1® Aplicado Carga horária: 8h	R\$ 1.440,00
Opção 2 (08 e 09/04/2008): Marketing 1to1® Aplicado + Implementação de Projetos de Gestão de Clientes Carga horária: 16h	R\$ 2.250,00
Opção 3: (08 e 09/04/2008): Marketing 1to1® Aplicado + Planejamento e Gestão de Programas de Fidelidade Carga horária: 16h	R\$ 2.250,00

Inscriva-se até 20/03/2008 e ganhe como brinde um Sony Walkman MP3 modelo NWE003F* com a versão digital das apresentações salva em seu conteúdo

*ou modelo equivalente, entregue na ocasião do evento. Um aparelho por participante. Válido somente para inscrição e pagamento até 20/03/2008.



4 maneiras rápidas de se inscrever no 1to1 Seminar Series

Internet: www.1to1.com.br
e-mail: treinamento@1to1.com.br
telefone: 11 4134-4900
Fax: 11 4688-2314

Data e Local

8 e 9 de abril de 2008
Hotel Sofitel
Rua Sena Madureira, 1355
Ibirapuera, São Paulo - SP

REMELENTE
Peppers and Rogers Group do Brasil
Al. Rio Negro, 1030 - conj. 2004
06454-000 BARUERI/SP

FECHAMENTO AUTORIZADO – PODE SER ABERTO PELA ECT

Impresso Especial
6803/01 - DR/SPM
Peppers & Rogers Group
CORREIOS



94%
dos participantes consideraram os eventos do Peppers & Rogers Group como "bom" ou "excelente"

Os valores incluem material de apoio, almoço, coffee-break e certificado de participação. O pagamento deverá ser efetuado por boleto bancário ou depósito. É necessário enviar o comprovante de depósito juntamente com a inscrição. Pessoa jurídica deve efetuar a retenção de 1,5% de IR, e 4,65% de CSLL/PS/COHINS, de acordo com os termos da lei. O cancelamento da inscrição poderá ser realizado até 15 dias corridos antes do seminário. Após esse prazo e até 2 dias antes do seminário, permitimos a substituição do participante. Em caso do não comparecimento no seminário, não efetuamos reembolso, será emitida uma nota de crédito a ser utilizada em outros seminários do Peppers & Rogers Group.

O participante concorda, expressamente, que os materiais utilizados na realização deste evento, incluindo mas não limitando-se a apostilas, slides, arquivos, relatórios e gráficos, sob qualquer forma, passíveis de proteção legal, nos termos das leis de propriedade intelectual, relativas a marcas e direitos de autor, incluindo o direito de uso, e que, em seu conjunto ou isoladamente, possam ser considerados integrantes da metodologia conhecida como "Marketing 1to1", desenvolvida pelo Peppers & Rogers Group, não poderão ser utilizados sem a menção explícita da fonte, respeitando-se os direitos de propriedade intelectual acima mencionados, pertencentes ao Peppers & Rogers Group.