

Die Direktoren Prof. Dr. Sabine Kuester & Prof. Dr. Dr. h.c. mult. Christian Homburg des Instituts für Marktorientierte Unternehmensführung (IMU) der Universität Mannheim laden ein zur



IMU Frühjahrstagung 2020

„Turning Data into Insights: Customer Engagement im digitalen Zeitalter“

am 26. März 2020 in der
Universität Mannheim

9.30 – 16.00 Uhr
Rittersaal der Universität Mannheim

Wissenschaftler und Manager namhafter Unternehmen referieren branchenübergreifend zum Thema und stehen für Fragen aus dem Publikum zur Verfügung. Zum achten Mal in Folge wird der IMU Research for Practice Award 2020 verliehen.

Seien Sie beim Networking mit hochkarätigen Marketing-Experten dabei und melden Sie sich jetzt an unter:

www.imu-mannheim.de

Über die Veranstaltung

Die Tagung bietet insbesondere...

- Konkrete **Key Takeaways** und **Beispiele** aus der **Unternehmenspraxis** im Hinblick auf die Frage, wie Unternehmen mit der großen Menge an Daten umgehen, die sie täglich von ihren Kunden erhalten
- Zentrale **Aspekte** aus der **Forschung**, wie die Definition zugrundeliegender Begriffe sowie Möglichkeiten geeigneter Auswertungsmethoden digitaler Kundendaten
- Themenbezogene **Diskussionen** mit Führungspersönlichkeiten erfolgreicher Unternehmen
- **Networking** mit Praktikern, Wissenschaftlern und Studierenden

Agenda

- 9.30 Uhr *Begrüßung*
 - 9.40 Uhr Turning rich data into insights in a privacy-concerned world
 - 10.20 Uhr Solve #LikeABosch – Werden Robots den Menschen im Kundenservice ersetzen?
 - 11.00 Uhr *Kaffeepause*
 - 11.20 Uhr Customer Success als Ergebnis Intelligenter Unternehmenssteuerung
 - 12.00 Uhr AI und individuelle Abverkaufsdaten – automatisierte Targetierung von Promotions und Media
 - 12.40 Uhr *Mittagspause*
 - 13.40 Uhr Preisverleihung und Vortrag IMU Award 2020
 - 14.00 Uhr Mit AI digital beim Kunden Kurs halten
 - 14.40 Uhr Kundendaten im Lösungsgeschäft – Praxisbeispiele aus dem Werkzeugmaschinenbau
 - 15.20 Uhr *Verabschiedung*
- Im Anschluss Kaffee und Kuchen

IMU Frühjahrstagung 2020 „Turning Data into Insights: Customer Engagement im digitalen Zeitalter“ - Vorträge und Q&A Sessions mit hochkarätigen Experten



09.40 Uhr:
**Turning rich data into insights in a
privacy-concerned world**

Prof. Dr. Jaap Wieringa
Professor of Research Methods
in Business
University of Groningen

Jaap Wieringa ist Professor für Forschungsmethoden in der Betriebswirtschaftslehre am Institut für Marketing an der Universität Groningen. Nach Beendigung seines M.Sc. der Ökonometrie und anschließendem PhD der Wirtschaftswissenschaften an der Universität Groningen arbeitete er in den Jahren 1998-2000 als Senior Consultant am *Institute for Business and Industrial Statistics* (IBIS UvA BV), einem in die Universität Amsterdam eingebetteten Beratungsunternehmen. Dabei war er vorrangig an der Implementierung und Schulung quantitativer Qualitätsverbesserungsprogramme beteiligt. Seine Forschungsarbeit auf dem Gebiet der industriellen Statistik erfreut sich hoher Beliebtheit in hochrangigen wissenschaftlichen Journals. Darüber hinaus macht ihn nicht zuletzt sein Amt als Forschungsleiter des Customer Insights Center, Abteilung Marketing, zu einem Experten hinsichtlich der Auswertung digitaler Kundendaten.



10.20 Uhr:
**Solve #LikeABosch –
Werden Robots den Menschen im
Kundenservice ersetzen?**

Henning von Boxberg
President (SO/P)
Bosch Service Solutions GmbH

Digitalisierung und Automatisierung und die damit verbundene hohe Verfügbarkeit von Daten und Informationen zu jeder Zeit und an jedem Ort verändern den Anspruch der Kunden an Serviceleistungen. Bei den Unternehmen steigt zudem der Druck auf Wirtschaftlichkeit,

Prozesssicherheit und Transparenz zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit, wobei die Differenzierung durch herausragenden Service zum wesentlichen Erfolgsfaktor wird. Bosch Service Solutions unterstützt seine Kunden dabei, den nächsten Schritt im digitalen Kundenservice zu gehen. Dabei geht es nicht um den Ersatz von Mitarbeitern durch Technik, als vielmehr um eine ideale Kombination aus Mensch und Technik.

Henning von Boxberg leitet seit Januar 2019 als Vorsitzender des Bereichsvorstandes die Bosch Service Solutions GmbH mit weltweit rund 9.500 Mitarbeitern. Er studierte Betriebswirtschaft in Berlin und New York und trat 1998 der Bosch-Gruppe bei. Nach verschiedenen Stationen im Marketing und Vertrieb bei der Bosch Power Tools GmbH übernahm er dort 2013 den Vorsitz.



11.20 Uhr:
**Customer Success als
Ergebnis Intelligenter
Unternehmenssteuerung**

Rouven Morato
Chief Data and Analytics Officer
SAP SE

Können Unternehmen den Verlust von Kunden mithilfe von Machine Learning, künstlicher Intelligenz und Predictive Analytics vorhersagen und daraus die richtigen Maßnahmen ableiten? Rouven Morato, Chief Data & Analytics Officer bei SAP, zeigt, wie das Intelligent Enterprise im Zeitalter der Digitalen Transformation durch Kontextbezogenes Datenmanagement entlang der Data Value Chain und den Einsatz intelligenter Technologie eine Rundumsicht auf seine Kunden erreichen und so Geschäftsbeziehungen nachhaltig gestalten kann.

Rouven Morato ist Absolvent der Universität Mannheim und verantwortete als CFO DACH / Middle & Eastern Europe finanzseitig eine GuV mit mehr als 4 Mrd. Euro Umsatz und 5.000 Mitarbeiter in 15 Ländern. Mit seiner „Intelligent Data & Analytics“-Organisation ist er nun dafür verantwortlich, die Basis für das Intelligent Enterprise bei SAP zu schaffen.



12.00 Uhr:
**AI und individuelle
Abverkaufsdaten –
automatisierte Targetierung von
Promotions und Media**

Raimund Bau
Founder & CEO
SO1 GmbH

Mitten in Berlin gestalten wir die Zukunft des Handels, damit der Handel seine Werbeaktionen für seine Kunden optimieren kann. Raimund Bau gründete im Jahre 2012 SO1, das einen weltweit revolutionären Ansatz für Preispromotions in der Konsumgüterindustrie bietet. Die SO1 Plattform erlaubt es Händlern, Konsumenten individuelle Preisnachlässe anzubieten und damit signifikant höhere ROI's zu erreichen als mit allen bisherigen Promotions. Die Technologie der SO1 Engine basiert auf Deep Learning Methoden und berechnet präzise, welcher Preisabschlag für welches Produkt notwendig ist, damit der jeweilige Konsument die Marke oder den Händler wechselt.

Seine Karriere startete Raimund Bau bei Henkel und betreute dort die größte europäische Waschmittelmarke Persil mit einem Umsatz von 220 Mio. Euro. Neben seiner Managementkarriere arbeitete er zusammen mit Wissenschaftlern daran, bessere mathematische Modelle zu entwickeln, um das individuelle Einkaufsverhalten vorherzusagen.



IMU Frühjahrstagung 2020 „Turning Data into Insights: Customer Engagement im digitalen Zeitalter“ - Vorträge und Q&A Sessions mit hochkarätigen Experten



14.00 Uhr:
Mit AI digital beim
Kunden Kurs halten

Marcel Kling
Senior Director Data Driven
Customer Journey
Lufthansa Group

Die Industrie 4.0 hat längst begonnen. Eine Ära der Datenkommunikation, Konnektivität und digitalen Services. Neue Technologien haben großen Einfluss auf Prozesse und Produkte. Unternehmen wie Lufthansa investieren schon lange nicht mehr nur in Luftfahrt, sondern auch in den Zugang zu Daten – die Währung von morgen. Die Lufthansa treibt Digitalisierung voran und zu den Treibern gehört Marcel Kling. Er leitete über fünf Jahre eines der strategischen Digitalisierungsprogramme von Lufthansa. Das Big Data Programm bündelt Kundendaten, wertet sie aus und erstellt hochindividualisierte Angebote. In seinem Vortrag zeigt Marcel Kling die strategische Motivation des Programms, teilt die Erfolgsfaktoren und wirft einen Blick in die Zukunft.



14.40 Uhr:
Kundendaten im Lösungsgeschäft –
Praxisbeispiele aus dem
Werkzeugmaschinenbau

Reinhold Groß
Geschäftsführer Vertrieb + Services
TRUMPF Werkzeugmaschinen GmbH

Der Blechbearbeitungsmarkt wandelt sich auch durch den Einfluss der Prozessdigitalisierung zum Lösungskäufermarkt. Die in digitalen Produkten gewonnenen Daten lassen sich auf vielfältige Weise nutzen. Zum einen dienen die Erkenntnisse zu einer optimierten Ausgestaltung der Fertigungsanlagen und -prozesse für die Kunden selbst. Zum anderen lassen sich aber auch durch Auswertungen der Kundendaten Schlüsse auf künftige Produkte und Dienstleistungen ziehen. Reinhold Groß ist seit 25 Jahren bei der Firma TRUMPF in Ditzingen. In verschiedenen Funktionen im Bereich Marketing,

Controlling und Vertrieb, war er in den Divisionen Werkzeugmaschinen, Lasertechnik und Medizintechnik international und national in verschiedenen Werken eingesetzt. Seit 2012 verantwortet er als Geschäftsführer im Geschäftsbereich Werkzeugmaschinen die weltweite Vertriebs- und Serviceorganisation. Zusätzlich vertritt er als DTO (Digital Transfer Officer) die Themen der digitalen Transformation.



imu | Institut für Marktorientierte Unternehmensführung
Kompetenz in Wissenschaft & Management

13.40 Uhr:

Verleihung des IMU Research for Practice Award 2020

Das Institut für Marktorientierte Unternehmensführung versteht sich als Forum für den Dialog zwischen Wissenschaft und Praxis. Die Forschung des IMU zielt auf wissenschaftliche Ergebnisse mit hoher Praxisrelevanz für das Marktorientierte Management ab. Aus diesem Grund verleiht das IMU seit 2013 jährlich den IMU Research for Practice Award für wissenschaftlich und methodisch exzellente Dissertationen aus den Bereichen Marketing, Vertrieb und Marktorientierte Unternehmensführung, die eine hohe Praxisrelevanz aufweisen. Sponsor Ralf Klöpfer von der MVV Energie AG überreicht den Award an den diesjährigen Gewinner.

Teilnahmegebühr

IMU Mitglieder: kostenfrei

IMU externe Unternehmen:
Frühbuchertarif (Anmeldung bis 15.02.2020) und
Kooperationspartner

Erste Person	349,00 €
Begleitpersonen	299,00 €

Normaltarif

Erste Person	399,00 €
Begleitpersonen	349,00 €

Ihre Ansprechpartnerin



Theresa Morguet, M.Sc.

theresa.morguet@bwl.uni-mannheim.de
Telefon: 0621 / 181 1546
Fax: 0621 / 181 1556
Institut für Marktorientierte
Unternehmensführung (IMU)
Universität Mannheim L5, 1
68131 Mannheim

Das Anmeldeformular sowie weitere Informationen finden Sie unter www.imu-mannheim.de