

CC Science 2010



Kundendialog der Zukunft

5. und 6. Oktober 2010
Campus der Universität Leipzig

DAS KONZEPT

CC SCIENCE 2010: NEUE WEGE GEMEINSAM GEHEN.

Kaum ein Bereich hat sich in den letzten Jahren so rasant entwickelt wie der Kundenkontakt. Neue technologische Entwicklungen, der demografische Wandel und die veränderten Kundenerwartungen einer Generation, die wie selbstverständlich mit neuen Kommunikationsmedien aufwächst, stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen.

Um die Komplexität dieses medialen und gesellschaftlichen Wandels zu begreifen, die Möglichkeiten, Chancen aber auch Risiken in der Unternehmenssteuerung zu erkennen, brauchen Entscheider heute mehr denn je ein interdisziplinäres, fach- und branchenübergreifendes Wissensfundament, um ihre Unternehmen fit für die Zukunft zu machen.

ORIENTIERUNG IM STRUKTURELLEN WANDEL.

Die CCScience bleibt auch 2010 das „Querdenker-Forum“, auf dem ganz unterschiedlichen Disziplinen und Marktteilnehmer in einem kontroversen, interdisziplinären Dialog den facettenreichen Kunden in den Mittelpunkt der Betrachtung rücken.

In den Programmblöcken Business, Praxis, Future und Science präsentieren ausgewiesene, hochkarätige Experten aus Wissenschaft, Praxis und Industrie im außergewöhnlichen Ambiente des hochmodernen Campus der Universität Leipzig ihre Forschungsergebnisse, Sichtweisen und Erfahrungen. Ziel ist, in der Vernetzung entscheidungsrelevante Antworten auf aktuelle Fragestellungen zu finden, Denkanstöße zu liefern und damit zur Orientierung in Zeiten strukturellen Wandels beizutragen.

In den Fach- und Praxisvorträgen der Experten wird es um eine Vielzahl neuer Erkenntnisse gehen, z. B. zu folgenden Themenbereichen und Fragestellungen.

- **Betrachtung, Analyse und Einsatz neuer Technologien und Medien sowie deren Entwicklung und Relevanz im privaten und geschäftlichen Bereich**
- **Das Komplexitätsproblem: Ein neuronaler Blick hinter die „Kulissen“**
- **Kritik an Mega- und Meta-Trendmachern: Ersetzt Trendforschung Horoskope? Wie wichtig sind Trend- und Zukunftsforschung in der strategischen Unternehmensplanung**
- **Wird wirklich alles anders? Der „Kunde“ – das unbekannte Wesen?
Neue Generation - neue Ansprüche?**
- **Differenzierungspotenzial: Ist „Service Excellence“ das Erfolgsrezept der Zukunft?**
- **Operation „Kunde“: Operative Umsetzung eines integrierten Kundendialogs (Servicekultur, Service- und Kundenmanagement im Unternehmen)**
- **Alte Denkmuster und falsche Fragen: Warum Unternehmen umdenken müssen, um in Zukunft erfolgreich zu sein**
- **Technik & Lösungen im Kundendialog der Zukunft: Die fünf „W’s“: Warum ? Was? Wo? Wann? Wieviel?**
- **Am Rande der Legalität? Recht und Verbraucherschutz. Wie viel Spielraum bleibt für die Kundenansprache**

CC SCIENCE 2010: DIE PHILOSOPHIE.

UMDENKEN = NEUDENKEN + QUERDENKEN

Die CCScience 2010 versteht sich als interdisziplinäre Symbiose aus Forschung, Wissenschaft, Politik und Praxis. Ziel ist die Etablierung eines Kongress-Symposiums, auf dem Praktiker, Wissenschaftler und Wirtschaftslenker die Erfahrungen der Praxis mit dem Weitblick der Forschung und Wissenschaft rund um das Thema Kunden- und Servicemanagement bündeln, um so valide Zukunfts-Szenarien als Basis unternehmerischen Denkens, Planens und Handelns zu entwickeln.

*„In der Mitte des Weges, kann es keine Lösung geben.
Man kann nur lernen, den Blick auf die Dinge zu verändern.“*

Die CCScience stellt Fragen, sie bietet keine fertigen Lösungen und Konzepte. Sie lädt mit ihrer inhaltlichen Struktur vielmehr dazu ein, den Blick auf die Dinge zu verändern. Wer Zukunft erfolgreich gestalten will, braucht Flexibilität und die Bereitschaft zum Querdenken. Weil neue Sichtweisen und neue Erkenntnisse die Basis für ein zukunftsgerichtetes, erfolgreiches Denken und Handeln sind.

- **CC Science 2010 ist Think-Tank**
Die Plattform für interdisziplinären Wissens- und Know-how-Transfer aus Wissenschaft & Praxis
 - **CC Science 2010 ist Working und Networking**
Das Forum für Dialog, Diskussion und Erfahrungsaustausch quer durch alle Branchen
 - **CC Science 2010 ist „Lernen von den Besten“**
Die Plattform, auf der Experten auf hochkarätige Experten treffen
 - **CC Science 2010 ist „Business“**
Das Forum, das Angebot und Nachfrage zusammenführt
-

Als Kongress-Messe bietet die CC Science 2010 ihren Besuchern an zwei Tagen ein hochkarätiges Kongressprogramm mit renommierten Referenten aus Praxis und Forschung sowie maximalen Nutzen und Effizienz durch erstklassige Kontakte zu Anbietern.

ZEITRAUM: 5. BIS 6. OKTOBER 2010
ORT: CAMPUS DER UNIVERSITÄT LEIPZIG

BESUCHERPROFIL

Mit seiner inhaltlichen Ausrichtung adressiert das Kongressprogramm Entscheider, die als Kundendialog-Profis neuen Input für ihre Weiterentwicklung sowie für die künftige strategische und technische Ausrichtung ihres Unternehmens suchen. Die neue Anregungen bekommen möchten, Denkanstöße erwarten, bereit sind, Bestehendes kritisch zu hinterfragen und ihren Blick auf die Dinge zu verändern. Die gleichzeitig die Organisationsstrukturen ihres Unternehmens fit für die Zukunft machen wollen, Orientierungshilfe für Investitionen in neue Technologien und technologische Lösungen suchen und dafür den Austausch mit Profis und Know-how-Trägern brauchen. Bereits 2009 nahmen zahlreiche Unternehmensvertreter quer durch alle Branchen sowie Vertreter der deutschen und europäischen Call und Contact Center Branche an der CC Science teil.

- **65 % der Besucher waren Entscheider, davon 60 % Geschäftsführer und Vorstände**
- **11 % der Besucher verantworteten die IT und Kommunikationstechnologien ihres Unternehmens**
- **32 % der Besucher betreiben ein Call oder Contact Center bzw. sind in einem solchen tätig**
- **18 % der Besucher waren Hersteller von Software, 9 % Netzbetreiber/Carrier**
- **18% der Besucher kamen aus der Dienstleistungs- bzw. Finanz- und Versicherungsbranche**

IM FOKUS: ZIELGRUPPE MITTELSTAND

Im besonderen Fokus der CCScience steht auch 2010 die große Gruppe der mittelständischen Entscheider, die sich intensiver mit den Themen Kundendialog, Service- und Kundenmanagement beschäftigen möchten, denen aber bisher eine kompetente, fokussierte Informationsplattform fehlte, die Überblick und Wissen vernetzt.

MARKETING & WERBUNG

Eine fokussierte Zielgruppenansprache, eine aufmerksamkeitsstarke Marketingkampagne vor, während und nach dem Event sowie zahlreiche Medienkooperationen und PR-Aktionen machen Entscheider quer durch alle Branchen seit April 2010 bundesweit gezielt auf das Event aufmerksam. Alle diese Maßnahmen sensibilisieren für das Thema Kundendialog, wecken Interesse, zeigen den Bedarf auf und schaffen so bereits im Vorfeld des Events wertvolle Neukunden-Kontakte für Sponsoren und Aussteller. Im Jahr 2009 gab es in Summe über 100 Veröffentlichungen zur CCScience.

KONGRESSPROGRAMM

Die CCScience 2010 bietet mit den Programmmodulen Science, Future, Business und Praxis einen Überblick über Entwicklungsstatus, Zukunftsszenarien, Zusammenhänge und Auswirkungen.

Ziel ist es, mit dem Kongressprogramm und der begleitenden Fachausstellung ein Gesamtbild der Branche, der Herausforderungen sowie der Chancen und Möglichkeiten zu zeichnen, wobei die ganzheitliche Betrachtung des Themas „Kommunikation & Kundendialog“ im Mittelpunkt steht.

Die Abendveranstaltung mit Gala-Dinner steht ganz im Zeichen des Networking und des kreativen, branchenübergreifenden Gedankenaustauschs in angenehmer Atmosphäre.

PROGRAMM & INHALTE

SCIENCE

Berichte und Informationen über den aktuellen Stand von Forschung & Technologie

Top-Referenten aus Wissenschaft, Forschung und Technologie präsentieren praxisrelevante Erkenntnisse, skizzieren Lösungen und zeigen Innovationsfelder rund um das Thema Kundendialog, Service-Management und somit Service-Exzellenz auf.

FUTURE

Was kommt?

Aktuelle Studien, Betrachtungen und Analysen zur Trend- und Zukunftsforschung sowie zur Demoskopie. Welche Erkenntnisse sich daraus für Unternehmen ableiten lassen und was diese bedeuten.

BUSINESS & PRAXIS

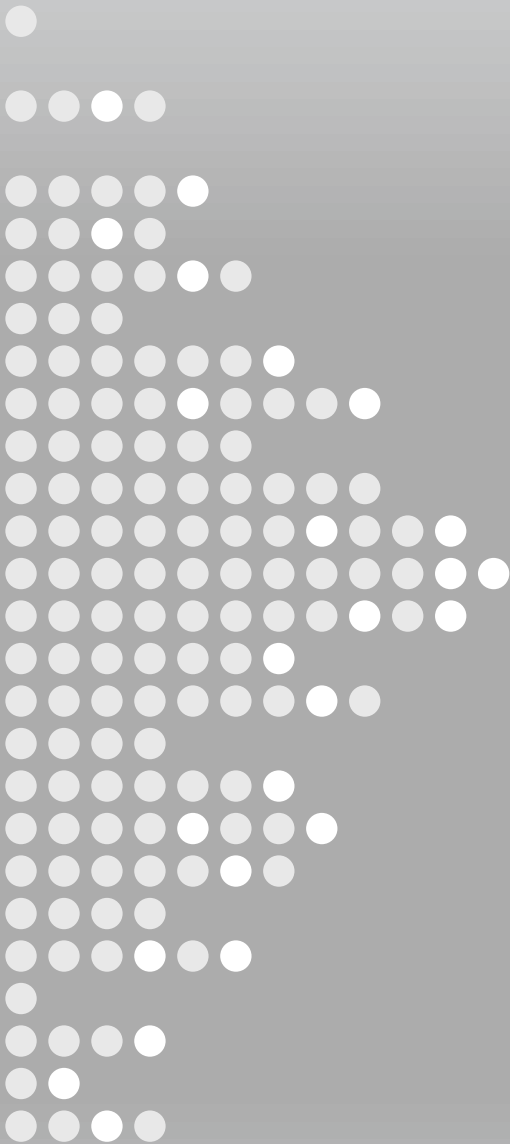
Wissen für Profis

Erfolgreicher Kundendialog ist zentrale Management- und Führungsaufgabe. Die Vorträge und Workshops in dieser Fachsession laden Profis dazu ein, mit dem berühmten Blick über den eigenen Tellerrand hinaus, von neuen Erkenntnissen zu profitieren. Im Mittelpunkt stehen strategische Fragestellungen, Themen wie Steuerung, Controlling, Recht und Personalfragen sowie die Bereiche Managementpraxis und Organisation.

Lernen von den Besten

Was geht? Was hat sich bewährt und ist erfolgreich? Wie und mit wem setzt man was um? Das ist Wissenstransfer pur – aus der Praxis für die Praxis. Fach- und Vortrags-Sessions von ausgewiesenen Experten zu praxisrelevanten Themen- und Problembereichen rund um das Thema Kundendialog, Service-Management und somit Service-Exzellenz.

CC Science 2010



Veranstalter:
telepublic EVENTS
Podbielskistrasse 325
30659 Hannover

www.cc-science.eu