



Quando la conoscenza fa la differenza

Essere competitivi equivale sempre di più a essere veloci nel prendere decisioni cruciali.

Per imprenditori e manager significa avere sempre ben chiara la strategia e i fattori che influenzano la finanza della propria impresa e dei mercati, l'organizzazione e la gestione del personale, il successo delle iniziative di marketing, la distribuzione e tutte le informazioni importanti per il proprio business. Esistono metodi e strumenti efficaci per la valutazione in contesti nei quali le decisioni sono caratterizzate da percentuali di rischio sempre maggiori?

Il CDVM Club Dirigenti Vendite & Marketing, in collaborazione con Wolters Kluwer Italia, vi invita a un incontro che ha l'obiettivo di condividere e discutere le best practice per raccogliere, e utilizzare al meglio, le informazioni critiche e accrescere il vantaggio competitivo.

Mercoledì 25 gennaio 2012 alle ore 18.15

Sala Torino, Centro Congressi Unione Industriale
Via Vela, 17 - Torino

Introduce

A. De Carolis - Presidente CDVM

Inizio lavori

A. Coletti - Marketing Director Wolters Kluwer Italia

Dalle informazioni alle decisioni, gli strumenti

C. Bottaro - Sales Specialist Wolters Kluwer Italia

Case history

La Business Intelligence a misura di imprenditore
Come pianificare e monitorare le attività marketing
Come far fruttare la tesoreria
Come monitorare i costi del personale
ne parleremo con:

Panelplast srl - Settimo Torinese (TO)

Mach 3 Marketing - Novara

Demo Spa - Casale Monferrato

Seguirà aperitivo

Prenotazioni accettate fino a esaurimento posti.

è richiesta la conferma di partecipazione alla segreteria organizzativa CDVM:

Rosaria Iacone - Tel. +39 011 571 84 38 - Fax +39 011 571 82 08 - e-mail cdvm@ui.torino.it



UNIONE INDUSTRIALE TORINO



Wolters Kluwer
Italia



OSRA
Gruppo Wolters Kluwer



IPSOA
Gruppo Wolters Kluwer



ARTEL
Gruppo Wolters Kluwer