

Zukunft der Customer Journey – denken und entscheiden wir noch selbst?



Zukunft der Customer Journey – denken und entscheiden wir noch selbst?

NIM MARKET DECISIONS DAY 2022

**5. Juli 2022, 9:30 – 14:45 Uhr,
OFENWERK, Klingenhofstraße 72,
90411 Nürnberg**

**Wir möchten mit Ihnen – und zusammen mit
hochkarätigen Referentinnen und Referenten
aus Wissenschaft und Praxis – diskutieren:**

- > „Wie ändert sich die Customer Journey, beispielsweise durch Smart Assistants wie Alexa & Co oder durch Chatbots?
- > Werden die Menschen ihre Einkaufsliste künftig noch selbst erstellen oder übernimmt das eine Maschine?
- > Werden Kaufentscheidungen künftig noch frei getroffen?
- > Wie verändern sich Machtverhältnisse im Marketing der Zukunft, wenn der Algorithmus nur noch zwei Produktvorschläge auf die Einkaufsliste setzt?



Auf folgendes Programm können Sie sich freuen:

8:30 Uhr	Das OFENWERK ist geöffnet	
9:30 Uhr	Hello from NIM	Manfred Scheske Präsident NIM
	Key Note: Wer entscheidet wo die Reise hinget?	Vince Ebert Naturwissenschaftler, ARD-Moderator und Kabarettist
	Hacking The Customer Journey: Wie Bots und Human Augmentation Entscheidungen der Verbraucher verändern	Prof. Christian Hildebrand Full Professor of Marketing Analytics und Director of the TechX Lab, Universität St. Gallen
	Hoffen ist keine Strategie – die Zukunft der Customer Journey ist heute	Stefan Wenzel Independent Advisor, Ex-CEO Ebay Deutschland, Tom Tailor Digital
	Machtmaschinen – wie frei sind unsere (Kauf-) Entscheidungen?	Thomas Ramge Sachbuchautor, Technologie-Korrespondent von brand eins und The Economist
	Sind Unternehmen auf die Customer Journey der Zukunft vorbereitet, um ihren Kunden echte und einmalige Erlebnisse zu bieten?	Jenny Fleischer CEO babymarkt.de GmbH und Lecturer Digital Sales an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich
	Ich denke, also kaufe ich. Wie Maschinen uns das Einkaufen abnehmen könnten – und was das für das Marketing bedeutet	Dirk Ploss Senior Early Innovation Manager, Beiersdorf AG
12:30 Uhr	Lunch Break	
13:30 Uhr	Interaktive Breakout-Sessions zu Insights aus der Forschung	NIM Forscherteam – Heads of Research
14:00 Uhr	The End of Choice	Matthew Griffin Futurist und Tech-Evangelist, Gründer des 311 Institute
14:45 Uhr	Zusammenfassung des Tages	

Sie möchten am NIM Market Decisions Day teilnehmen?



Melden Sie sich bitte
online über unsere Homepage an:
www.nim.org/MDD2022

Konferenzteilnahme:

125 Euro

Sonderkonditionen:

Für Hochschulangehörige und Studierende: 25 Euro,
für Mitglieder des Nürnberg Instituts für Marktentscheidungen:
Teilnahmegebühr für 2 Personen im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Bei Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

hello@nim.org

T +49 911 95151-989

ÜBER DAS NIM

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) ist ein Non-Profit-Institut zur Erforschung von Konsum- und Marktentscheidungen. An der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis generiert das NIM neue und relevante Erkenntnisse, mit denen Menschen in Märkten bessere Entscheidungen treffen können. Das NIM untersucht, wie sich Entscheidungen von Konsumenten und Unternehmensentscheidern angesichts neuer Trends und Technologien verändern – und welche Auswirkungen das auf die Qualität von Entscheidungen hat.

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen ist Gründer und Ankeraktionär der GfK SE.
Weitere Informationen unter www.nim.org und auf Twitter und LinkedIn.