

Programm Innovation Area

Mittwoch, 24. Oktober 2018

Donnerstag, 25. Oktober 2018

		Präsentiert von
10.00	Unbewusstes messbar machen: mit Machine Learning in 24 Stunden aus EEG-Daten zu Ergebnissen	Diana Livadic, Director Innovations, Ipsos
10.20	BARCAMPs – Fokusgruppen 2.0? Innovative Fragestellungen erfordern innovative Methoden	Wiebke Fischer, Senior Consultant, Spiegel Institut
10.40	Managing High Engagement on Survey Responses by Leveraging Adaptive Research 	Vekas Karwal, AVP Europe und Patrycja Reinhart, Country Manager Germany and Eastern Europe, Borderless Access
11.00	Aktives Customer Experience Management mit Realtime Reporting und automatisierter Sentiment-Analyse	Matthias Reus, Leiter Marktforschung, m-result
11.20	(R)Evolutionäre Segmentierung: Wie Künstliche Intelligenz dabei hilft, Kunden zielgerichtet anzusprechen	Dr. Robert Hartl, Kantar Analytics Practice, Kantar Deutschland
11.40	Verhalten von Konsumenten verstehen: Consumer Insights über Data-Analytics	Christian Thunig, Managing Partner, Innofact
Mittagspause		
13.00	Automating the Market Research Process to Achieve Better Insights 	Dexter Chew, Director of Operations, Q One Tech
13.20	WhatsApp, Push & Co. – Multi-Channel-Rekrutierung für Onlineumfragen	Dr. Oliver Kohrmann, Geschäftsführer, Ingress
13.40	Wie wird künstliche Intelligenz zukünftige Absatzprognosen revolutionieren?	Cyril Croutelle, Client Development Director, Strategir
14.00	Mobile Crowdsourcing for Real-Time Market Data – Anywhere & Anytime 	Andrea Bonfiglio, Managing Direktor Spanien, Simply Tasks
14.20	Implicit Quick Dive – Psychologie im Druckkessel	Carmen Schenkel und Oliver Spitzer, Managing Partners, september
14.40	cx/omni Customer Journey Analytics: Pain Points und Optimierungschancen per Process Mining erkennen	Wolfgang Weber, Gründer und CEO, cx/omni
15.00	8 of 10 Survey Projects Are Reported in Excel and PowerPoint. Let's Automate the Process! 	Torben Laustsen, Co-Founder and CEO, OfficeReports
15.20	eCommerce A/B Test – Pre-Testing of Products and Ads Live on (Mobile) Websites	Felix Metger, Unit Lead Shopper Experience Research, eye square
15.40	Applying AI Where It Matters: Redefining the MR Value Chain 	Manish Mittal, SVP Business Head, Course5 Intelligence
16.00	Pimp your Results: agile Qual-Quant Consumer Insights in 72 Stunden	Andreas Woppmann, Geschäftsführer, advise research

		Präsentiert von
10.00	Seamless Customer Journey: So hilft Ihnen moderne Technology mit Ihren Kunden in Kontakt zu bleiben	Evelin Kremer, Solution Consultant, MaritzCX
10.20	Your Market in a Nutshell – A New Approach to Finding Your Target Group	Robert Kofler, Managing Partner, MARKSIM
10.40	Bring Your Study Results to Life with Our New Data Visualisation Software Made for Market Research 	Boris Moscarola, Managing Director und Dr. Michael Förch, Official Reseller for Germany, Sphinx
11.00	Qualitative Marktforschung mit Künstlicher Intelligenz? Eine Kombination mit Mehrwert!	Natacha Dagneaud, Managing Director, Séissmo
11.20	Revolutionising Data Collection: How MRP Can Improve Insights Generation and Data Quality 	Niklas Anzinger, Strategic Insights Leader, Dalia
11.40	10 Data Collection Best Practices for Measuring Emotion 	Alice Phung, European Sales Executive, Biopac
Mittagspause		
13.00	Mit Predictive Social Intelligence (PSI) den digitalen Kundenpuls vorhersagen	Kristian Kabashi, Managing Director, LINK Institut
13.20	Automatisierte Textanalyse vs. klassisches Survey: ein Methodenvergleich am Beispiel „So isst China“	Dr. Janna Lipenkova, CEO, Anacode und Dr. Stephan Telschow, Corporate Director, GIM
13.40	„Mache ich dir schnell fertig“ – in 15 Minuten zum interaktiven Bericht & Dashboard	Dr. Benedikt Köhler, Gründer & Geschäftsführer und Franziska Scharch, Business Development Manager, DataLion
14.00	Oft unterschätzt: die agile Ermittlung fachlicher Anforderungen an ein Voice-of-the-Customer-Programm	Barbara Thym, Managing Director, Kantar LIVE
14.20	(Marktforschungs-)Automatisierung und wie die Umfragesoftware Survalyzer Online-Panels integriert	Christian Hyka, Managing Partner, Survalyzer
14.40	Leistungsstarke Textanalyse mit RogTCS	Johannes Hercher, Vorstand und Sven Dreiseitel, Leiter Softwareentwicklung, Rogator
15.00	Der neue Video-City-Walk zur Messung von Digital Out of Home Motiven	Dr. Steffen Egner, Gründer und Geschäftsführer, MediaAnalyzer
15.20	Intercept Respondents and Interview Them with Any Research Methodology Using the Social Networks 	Ennio Armato, CEO Cube Survey, IFF International

* Held in English