

Live-Präsentationen | Dauer: 30 Minuten

Konferenzräume im 1. Obergeschoß

Simultanübersetzt  
Deutsch → Englisch

in englischer  
Sprache

Uhrzeit	Forum 1.2	Forum 1.3	Studio 1.2 A+B	Studio 1.3 A+B	Studio 1.1 A+B	Studio 1.4 A	Studio 1.5 B
10:00 – 10:30 Uhr	<b>eye square</b> TIME IS UP – Kontaktqualität jenseits der einfachen Betrachtungsdauer.	<b>Kantar Profiles Division</b> Exploiting agile research techniques Sharing examples of how agile research could be used to gain you tactical advantage	<b>FFIND GmbH</b> Immersive CAWI: Enhancing respondents' experience through innovative AR	<b>Special: CX summit Forsta – A Technology Company</b> Multi-Channel Text Analytics – Der Performance Booster für Ihr CX-Programm	<b>Special: CX summit   Start-up Horizon</b> Integrating real behavioural data into consumer insights - based on a case-study by Hansgrohe on new product development	<b>Start-up innerSense</b> Der, die, das – wieso, weshalb, warum? GenZ und ihr Selbst- und Geschlechterverständnis.	<b>Special: CX summit   Start-up Machine2Human Solutions</b> KI im Kundenservice
10:45 – 11:15 Uhr	<b>Special: CX summit VICO Research &amp; Consulting</b> Integration von Künstlicher Intelligenz und Social Data Analytics: Der Weg zu Trends, Innovationen und gesteigerter Kundenzufriedenheit	<b>StraightONE</b> Von der Masse zur Klasse: Wie verhaltenspsychologische Zielgruppensegmentierung in Kombination mit ChatGPT & Co. personalisiertes Marketing ermöglicht	<b>mindline</b> Shifting Leadership – die Frauen-Karriere-Studie von emotion und mindline	<b>Podiumsdiskussion   Special: CX summit Rogator</b> Do's & Don'ts bei Konzeption und Aufbau von Kunden-Panels und Communities	<b>Survalyzer</b> Lernen Sie von den Besten und wie DPD mit chatGPT offene Antworten analysiert	<b>SKOPOS</b> Mensch vs. Maschine: Wie wir die künstliche Intelligenz (KI) für uns als Researcher:innen nutzbar machen.	<b>Teststudios Deutschland</b> Raum für Erkenntnisse: Vom Mehrwert authentischer analoger Forschung
11:30 – 12:00 Uhr	<b>Toluna / Harris Interactive / MetrixLab</b> Talcid goes Acid Town – Wie Bayer digital creative excellence marktforschungsbegleitend maximiert und somit den Markenrelaunch zum Erfolg geführt hat	<b>Special: CX summit PSYMA GROUP</b> Case: Mehr als nur „gut“ oder „gefällt mir nicht“ – mit KI und hybriden Methoden tiefere Insights aus offenen Nennungen gewinnen	<b>management consult Dr. Eisele &amp; Dr. Noll</b> Return On Brand Research – Markenforschung, die sich auszahlt	<b>INTERROGARE</b> Qual + Quant = Impact <sup>2</sup>	<b>Special: CX summit Q   Agentur für Forschung</b> Im Wohnzimmer von Verbraucher:innen - Experience Days als gelebte Consumer Centricity	<b>Bilendi &amp; respondi</b> Einfache Wege zu schweren Zielen – Nischen-Targeting-Lösungen für schwer erreichbare Zielgruppen	<b>Forsta – A Technology Company</b> Betrügern auf der Spur
12:15 – 12:45 Uhr	<b>Make Opinion</b> Survey Engagement and Gen Z	<b>Podiumsdiskussion   Special: CX summit succreet</b> Wieviel Marktforschung steckt in Customer Experience Management? (bis 13:00 Uhr)	<b>MediaAnalyzer</b> TV-Werbung im Kopf – Visual Transfer für starke Audio-Kampagnen	<b>Produkt + Markt</b> Maximale Wirkung: Wie Ergebnisworkshops Storytelling in den Schatten stellen	<b>Special: CX summit   Start-up Caplena</b> AI Feedback Analysis: Flixbus's Operational Edge	<b>Seïssmo - Markt und Forschung</b> I confess. Qualitative Tiefeninterviews als sicherer Ort der „Beichte“	<b>Special: CX summit   Start-up aimpower</b> Wie PepsiCo weltweit mit Künstlicher Intelligenz Effektivität und Share-of-Attention am Point-of-Sale maximiert
Mittagspause							
13:45 – 14:15 Uhr	<b>Special: CX summit SKOPOS</b> NPS-Feedback-Messung, integrierte Insights und deren Aktivierung – wie GLS Kundenzentrierung managt	<b>Keynote succreet</b> Data und Mafo – it's a match! Wie ein öffentlich-rechtliches Medienhaus datengetrieben arbeitet. Keynote Matthias Eckert, Hessischer Rundfunk	<b>eye square</b> Digitales Wohlbefinden: Potenziale für die UX-Forschung.	<b>E-Tabs</b> The Automated Edge: How Our Clients Are Crafting Market Research Reports with Unmatched Speed, Accuracy, and Efficiency	<b>MANUFACTS Research &amp; Dialog</b> Shades of Pink – Marketing-Segmentierung im Spannungsfeld eines neuen Frauenbilds	<b>AMR Advanced Market Research</b> Der Mix macht's – Einführung in maßgeschneiderte Datenerhebung per Mixed Mode	<b>Special: CX summit Ascribe</b> Unlocking the Power of AI in Verbatim Coding
14:30 – 15:00 Uhr	<b>INNOFACT</b> Datengüte mit dem INNOFACT-Quality-Check: Wenn KI und gutes Handwerk in Online-Umfragen Hand in Hand gehen	<b>Special: CX summit quantilope</b> Bosch: Placing Consumer Centricity at the Heart of Smart Home Innovations	<b>SKIM</b> Using AI for more creativity, better quality and higher efficiency – 4 case studies	<b>Special: CX summit Talk Online Panel</b> Das Potenzial von In-App Tracking: Die Wirksamkeit von Social Media Marketing messen	<b>rheingold salon</b> Demokratie & Medienakzeptanz	<b>Behaviorally</b> Sustainable Packaging – bereit für den Sustainable Mainstream?	<b>Special: CX summit rc-research &amp; consulting</b> CX Modellieren und Monetarisieren
15:15 – 15:45 Uhr	<b>DataExpert</b> Mastering the future challenges in dashboarding	<b>GIM</b> GOR Best Practice-Award-Gewinner 2023: Digital Media Types – mehr Zielgruppenverständnis mit kombinierter künstlicher Intelligenz	<b>Special: CX summit SKOPOS</b> Datengetriebene Insights: Wie die REWE Insights Cloud den Weg zu KI-basierten Erkenntnissen ebnet	<b>Produkt + Markt</b> Zielgruppe Pflegende: Der p+m care.monitor zeigt Potenziale über den Gesundheitssektor hinaus	<b>Dynata</b> Member Centricity at Dynata: A holistic approach to drive respondent engagement and results	<b>Special: CX summit moveXM</b> CX-Management zum Leben erwecken. Eine praxisorientierte Anleitung rund um Menschen, Prozesse und Technologie – Kooperation mit KPMG.	<b>Special: CX summit liCili</b> Revolution KI-Textanalyse – Die Zukunft der Kundenorientierung am Beispiel Betzold, STABLO und Württembergische Versicherung
16:00 – 16:30 Uhr	<b>ESOMAR</b> Panel discussion: the end client's perspective on AI	<b>september Strategie &amp; Forschung</b> Mit dem richtigen Methoden-Mix auf dem Weg zur Generation Zukunft	<b>DWJ Insights</b> Nasch-Momente: So vielfältig wie unser Alltag! Category Entry Points und mentale Verfügbarkeit von Marken im Segment Naschen	<b>Q   Agentur für Forschung</b> I Want to Know What Data Is: KI im Mafo-Reality-Check	<b>Start-up Amazing Retailing</b> How to succeed on 3rd party eCommerce websites?	<b>rc-research &amp; consulting</b> Marktdynamiken mit ‚Usage and Attitude‘ Forschung verstehen	<b>Special: CX summit Civey</b> Wechselwillige Kunden identifizieren – Datenbasierte Zielgruppenansprache bei Vodafone mit Civey
16:45 – 17:45 Uhr	<b>WiseRabbit, AMR &amp; mindline energy</b> Das Finale des succreet-Awards (Teil 1) - Regionale Marktforschung						

Hinweis: Stand bei Redaktionsschluss – Änderungen möglich










➔ **Intensiv-Workshops** | Dauer: 45 Minuten

Konferenzräume im 1. OG

Uhrzeit	Studio 1.2 C	Studio 1.3 C
10:00 – 10:45 Uhr	<b>ADM Arbeitskreis Dt. Markt- und Sozialforschungsinstitute</b> Gemeinsam zu mehr Nachhaltigkeit in der Markt- und Sozialforschung: Vom ADM-Leitfaden bis zum Branchenkodex	
11:00 – 11:45 Uhr	<b>Start up aimpower</b> AI-Roadmap-Workshop für MarktforscherInnen (und Marketer)	<b>Special: CX summit Futurelab</b> Herausforderung VoC für Marktforscher – wie man Erfolg sichert und ROI steigert
12:00 – 12:45 Uhr	<b>like to KNOW</b> Was haben Sherlock Holmes und Speedy Gonzales mit erfolgreicher Innovationsforschung zu tun?	<b>september Strategie &amp; Forschung</b> „Die Zukunft ist auch nicht mehr das, was sie mal war.“ Let's face it. Marken können nicht mehr NICHT zur Zukunft kommunizieren.
Mittagspause		
14:30 – 15:15 Uhr	<b>StraightONE</b> Praxisworkshop: Verhaltenspsychologische Kunden-segmentierung praktisch umgesetzt	<b>Rogator</b> Das eigene Online-Panel steht. Und jetzt? – Chancen, Herausforderungen und Erfahrungen aus der Praxis
15:30 – 16:15 Uhr	<b>Séissmo – Markt und Forschung</b> Welche Reife erfordert die erfolgreiche Durchführung von qualitativ-explorativer Mafo & Semiotik im Unternehmen? Ein Praxis-Workshop	<b>Masterclass succcet</b> Beautiful Insights! Ihre Insights sind wertvoll. Zeigen Sie das mit attraktivem Design. Workshop Stefanie Fröhner, EnCon Coaching & Consulting

➔ **Kurzpräsentationen** | Dauer: 15 Minuten

Open Stage im Erdgeschoß Halle Nord

Uhrzeit	Open Stage	Uhrzeit	Open Stage
10:25 – 10:40 Uhr	<b>Start-up Itention</b>  How to pre-test and optimize any creative in seconds with our AI-based analytics platform	14:20 – 14:35 Uhr	<b>Produkt + Markt</b> CATI neu entdeckt: Nutzen Sie das volle Potential in Ihren Projekten
10:50 – 11:05 Uhr	<b>Start-up RealEye</b>  How to run a webcam eye-tracking study with 100+ panelists?	14:45 – 15:00 Uhr	<b>horizoom</b> Qualität im Connected Data Zeitalter mit horizoom: ein Überblick über die Megatrends im Panelgeschäft
11:15 – 11:30 Uhr	<b>Start-up Expertly AI</b>  Tbd.	15:10 – 15:25 Uhr	<b>MediaAnalyzer</b> Vom TV-Spot zum Bewegtbild-Spot: Herausforderungen für die Wirkungsforschung
11:40 – 11:55 Uhr	<b>Start-up ReDem</b> Trauen Sie noch Ihren Daten? Wie Sie Ihre Umfragen vor intelligentem Incentive-Betrug schützen.	15:35 – 15:50 Uhr	<b>Make Opinion</b>  From Clicks to Conversions: Figma Prototype Insights, Heatmaps and A/B Testing Strategies
12:05 – 12:20 Uhr	<b>Start-up Lifepanel</b>  Online Probability Panels	16:00 – 16:15 Uhr	<b>Start-up Murmuras</b>  Mobile Big Data - How to understand target groups & competitors by measured app content in everyday life
12:30 – 12:45 Uhr	<b>Start-up Main Frame</b>  Main Frame – Online Panels and Services	16:25 – 16:40 Uhr	<b>Start-up B2B Research Sarl</b>  AI based service b2bsearch.co on the search of hard-to-find respondents. Powered by Chat GPT and LLama LLMs
12:55 – 13:10 Uhr	<b>Start-up WiseRabbit</b>  Can we overcome Omnibus Directive challenges? Behavioral economics boosting promo effectiveness. CASE STUDY		
Mittagspause			

**Networking at its best**

Freuen Sie sich auch in diesem Jahr auf tolle **Networking-Events** zum Ausklang des ersten Messtags.

In der Messehalle findet ab 18:30 Uhr die **succcet23 Happy Hour** statt. Verschiedene Aussteller bieten an ihren Ständen Speisen und Getränke an.

Wir laden Sie herzlich zu einem Rundgang durch die Messehalle mit Gesprächen in ungezwungener Atmosphäre ein.

Anschließend haben Sie die Wahl zwischen der traditionellen **Networking-Party von The Research Club** in „Das Wohnzimmer“ oder einem Abend in gepflegter und entspannter Atmosphäre in der **BENNER's Bistronomie**. Eine Voranmeldung ist für beide Veranstaltungen erforderlich.



**Geben Sie uns Feedback**

Geben Sie uns während Ihres Messebesuches Ihr Feedback mit Bilendi Discuss – die Echtzeit-Feedbacklösung während der succcet23. Posten Sie Ihre Eindrücke, die besten Messemomente, den schönsten Stand und bewerten Sie einzelne Sessions. Hier erreichen Sie uns und wir Sie direkt über WhatsApp



Hinweis: Stand bei Redaktionschluss – Änderungen möglich



Live-Präsentationen | Dauer: 30 Minuten

Konferenzräume im 1. Obergeschoß

**S** Simultanübersetzt  
Deutsch → Englisch

**UK** in englischer  
Sprache

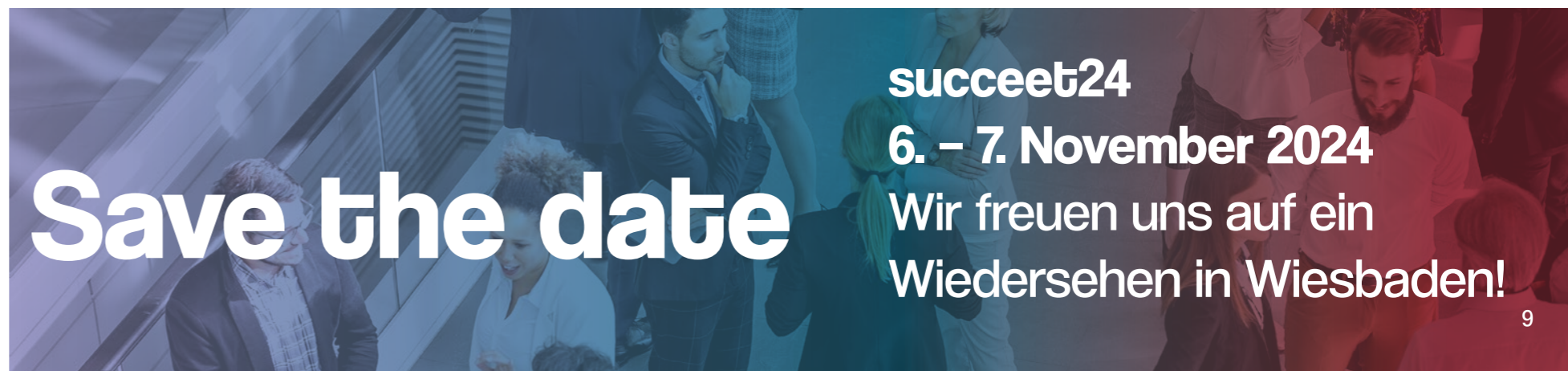
Uhrzeit	Forum 1.2	Forum 1.3	Studio 1.2 A+B	Studio 1.3 A+B	Studio 1.1 A+B	Studio 1.4 A	Studio 1.5 B
10:00 – 10:30 Uhr	<b>INNOFACT</b> Die Markenwirkung macht's! Warum es mehr als nur Messwerte in der Werbeforschung braucht. <b>S</b>	<b>Beyond Reason</b> Sex sells, neuro sells better. <b>UK</b>	<b>MediaAnalyzer</b> Wirkt Promi-Werbung wirklich? Insights zur Messung von Testimonial-Kampagnen mit EmotionTracking und der KI chatGPT4	<b>Start-up Caplena</b> MusterFirmaChatGPT: wie KI auf Unternehmen angepasst werden kann	<b>GlobalNR</b> Glocalities International BV: Effective use of Inclusivity! Pitfalls and Tips for Impactful Brand Communication in FMCG <b>UK</b>	<b>Special: CX summit moveXM</b> Customer Experience Management, Digitalisierung & MaFo am Erfolgsmodell des Textil-Service-Riesen Mewa.	<b>Norstat</b> Research with B2B target groups – data & tips from a fieldservice provider <b>UK</b>
10:45 – 11:15 Uhr	<b>eye square</b> Online-Shopping revolutionieren: Nutze die Möglichkeiten von Ecommerce Insights und In-Context-Tests! <b>S</b>	<b>PureSpectrum</b> Is generative AI making it more difficult to detect fraudulent / bad data quality? – Challenges for Data Quality and practical solutions for online surveys <b>S</b>	<b>Toluna / Harris Interactive / MetrixLab</b> Consumer Pulse Barometer <b>UK</b>	<b>INTERROGARE</b> Markenwachstum durch Mentale Verfügbarkeit und gezielte Category Entry Points	<b>Podiumsdiskussion   Special: CX summit Rogator</b> Customer Centricity in der Praxis: Wie der transaktionale NPS® plus von Rogator Unternehmensprozesse unterstützt.	<b>Special: CX summit mindline</b> Patienten-Safari: wie man durch eine multi- methodische Langzeitstudie spannende Insights generieren kann.	<b>IFAK Institut</b> Communities als Co-Creation Thinkbank: Smarte Trend-Forschung von morgen
11:30 – 12:00 Uhr	<b>Podiumsdiskussion succet</b> What the future holds for market research – panel discussion (until 12:15 pm) <b>UK</b>	<b>KERNWERT</b> Leichter eintauchen – Mit KI schneller relevante Insights finden <b>S</b>	<b>GIM</b> Zukunftsmut – Drei Hoffnungen in belastenden Zeiten	<b>SKIM</b> Marktforschung und Inflation: Wann ist Conjoint die richtige Wahl und wie nutzen wir dessen Stärken?	<b>Forsta – A Technology Company</b> Marktforschung in voller Lautstärke: Befragung von Rock-Festivalbesuchern	<b>Special: CX summit   Start-up horizoom</b> Evaluation eines Customer Life Time Quality Scores für Teilnehmer des horizoom Access Panels unter Einbezug des ReDem® R-Scores	<b>Bilendi &amp; respondi</b> Give them more SPICE: Wie kleine Marken stärker werden.
Mittagspause							
13:00 – 13:30 Uhr	<b>DVJ Insights</b> Wie gut erreicht videobasierte Online-Werbung Millennials und Gen-Z? <b>S</b>	<b>Appinio</b> Next Level Brand Health Tracking: Der Ansatz der Mental Availability <b>S</b>	<b>Brandwatch</b> Large Language Models, Statistical Models and How AI is Revolutionising Social Listening <b>UK</b>	<b>Special: CX summit SKOPOS</b> Am Anfang war ... der PROZESS!!! Ein Blick auf die Customer Experience aus der (Kundinnen-) Prozessebene.	<b>Sawtooth Software</b> Tricks and Tips of Key Drivers Analysis <b>UK</b>	<b>Survalyzer</b> Lernen Sie von den Besten und wie DPD mit chatGPT offene Antworten analysiert	<b>Qlixta</b> Dashboards weiter gedacht
13:45 – 14:15 Uhr	<b>Kantar Profiles Division</b> Getting real about User Data Quality <b>UK</b>	<b>concept m research + consulting</b> Morphologische Psychologie als Fundament für modernes Marketing <b>S</b>	<b>Special: CX summit B2B International</b> „What moves B2B decision makers?“ – Results of the world's largest study on decision-making processes in the B2B sector <b>UK</b>	<b>Special: CX summit Futurelab</b> Marktforschung und Customer Insights: Silos durchbrechen?	<b>Special: CX summit QuestionPro</b> The Power of Integration: Wie die Verbindung von Marktforschung und Customer Experience Unternehmen vorantreibt	<b>Bilendi &amp; respondi</b> Effiziente Marktforschung: Zeitersparnis durch KI in Bilendi Discuss – Eine Fallstudie mit der Driven By GmbH, eine 100 % Tochter der Allianz	<b>Start-up JBC Sportresearch</b> Immer schön sportlich bleiben! Mit Sneakern, Homefitness und Drive to Survive.
14:30 – 15:00 Uhr			<b>Freshworks</b> Turning AI hype into reality. How generative AI drives real impact in customer service <b>UK</b>	<b>Keynote succet</b> Mediaforschung ohne Menschen? Neue Wege von synthetischen Datensätzen bis zu digitalen Zwillingen. Dirk Engel	<b>ESOMAR</b> Who contracts insights, and what do they really want? Lessons to capitalise on the insights industry. <b>UK</b>	<b>GIM</b> Insights kuratieren statt Daten sammeln: Wie Marktforschung von begleitender Beratung profitiert	<b>Greenbook</b> What Insights Marketers Can Learn From the GRIT Report <b>UK</b>
15:15 – 16:15 Uhr	<b>moweb research, SKOPOS &amp; Statista Q</b> Das Finale des succet-Awards (Teil 2) – Generation Z <b>S</b>	<b>Podiumsdiskussion succet</b> Ist der Einstieg in die Insights Industry noch attraktiv? <b>S</b>					

Hinweis: Stand bei Redaktionsschluss – Änderungen möglich



**Kontakt zum Veranstalter der succet-Events**  
succet GmbH  
Im Baumstückle 45, 71334 Waiblingen, Germany

+49 7151 90 383 90  
info(at)succet.de  
www.succet.de






➔ **Intensiv-Workshops** | Dauer: 45 Minuten

Konferenzräume im 1. Obergeschoß

Uhrzeit	Studio 1.2 C
10:00 – 10:45 Uhr	<b>Produkt + Markt</b> Mensch und KI Hand in Hand: Die perfekte Symbiose für die Qualitative Marktforschung
11:00 – 11:45 Uhr	<b>SKOPOS</b> UX Research im MetaVerse: Learnings aus dem Beta Trial der Deutschen Telekom.
Mittagspause	
13:00 – 13:45 Uhr	<b>Special: CX summit   Masterclass</b> Wo finden sich Personas eigentlich in der Kundendatenbank? Jan-Carsten Jüchtern, Artilytix
14:00 – 14:45 Uhr	<b>Masterclass succeet</b> GPT-4 und Alternativen in der Praxis: Qualität, Implementierung, Kosten und Datenschutz. Paul Simmering, Q I Agentur für Forschung

➔ **Kurzpräsentationen** | Dauer: 15 Minuten

Open Stage im Erdgeschoß Halle Nord

Uhrzeit	Open Stage	Uhrzeit	Open Stage
10:25 – 10:40 Uhr	<b>Special: CX summit paulusresult</b> Auf der Suche nach einem CX-Tool? Mit der richtigen Vorgehensweise 60% sparen ohne Qualitätseinbußen	13:30 – 13:45 Uhr	<b>TAWNY</b> Vision AI in der Marktforschung – die TAWNY Emotion AI Technologie in Aktion
10:50 – 11:05 Uhr	<b>Start-up LReply</b> Marketingenerfolg durch Differenzierung - in jeder Hinsicht.	13:55 – 14:10 Uhr	<b>Interviewly</b>  Revolutionizing Qualitative Research with AI
11:15 – 11:30 Uhr	<b>INNOFACT</b> Hochflexibel, voll integriert und super schnell: Dashboards kundenindividuell einrichten	14:30 – 15:00 Uhr	<b>BAUR Versand, Kaiser X Labs &amp; liCili</b> Live Podcast #CXEinfachMachen: Kundenzentrierung in der Versandhandels- & E-Commerce-Branche
11:40 – 11:55 Uhr	<b>DataDiggers</b>  Entschlüsselung des Verbraucherverhaltens in der Midlife-Crisis	16:30 – 17:00 Uhr	<b>succeet</b> „Insights überzeugend präsentieren – Wie geht das?“ Expertentalk: Stefanie Fröhner im Gespräch mit Prof. Horst Müller-Peters
12:05 – 12:20 Uhr	<b>Start-up Afrisight</b>  Tbd.		

Mittagspause



Die Sessions des CX summits haben wir im Programm auf den Seiten 4 – 11 für Sie gekennzeichnet. Besuchen Sie die Messestände mit einem CX Angebot.

In unserem Ausstellerverzeichnis können Sie alle Messestände mit einem speziellen CX Angebot herausfiltern:

- Selektieren Sie unter **Top skills** nach dem Label CX/Customer Experience: Sie finden etwa 20 Aussteller.
- Selektieren Sie unter **Themen** nach dem Label CX/Customer Experience: Sie finden etwa 65 Aussteller

**Dr. Peter Pirner** ist ein renommierter Thought Leader im Bereich Customer Experience und hat die fachliche Leitung des CX summits. Er war maßgeblich an der Konzeptentwicklung beteiligt und moderiert die Podiumsdiskussion und ausgewählte Aussteller-Sessions.

” Bereits zum dritten Mal gibt es im Rahmen der **succeet23** ein spezielles Fachprogramm zum Themenfeld **Customer Experience Management**.

Für den diesjährigen CX summit haben wir etwa 30 Fachvorträge ausgewählt, die das gesamte Spektrum der Anwendungsfelder an der Schnittstelle zwischen Insights, Technologie und Management abdecken.

Diese breite Palette der Themen, die während des CX summits behandelt werden, zeigt bereits die Vielfalt und Tiefe der Diskussionen, die auf der Messe stattfinden können. Von der Integration von Künstlicher Intelligenz in State-of-the-Art Text Analytics über die Auswahl von KPIs bis zur Modellierung des ROI und der Frage, wie Kundenpanels und Communities aufgebaut

oder die richtige Technologie für CX-Management-Programme ausgewählt werden sollten – diese Veranstaltung bietet allen CX-Interessierten eine wertvolle Plattform für den Austausch bewährter Praktiken und die Erkundung neuer Ansätze.

Daher lade ich Sie mit großem Stolz auf das aktuelle Programm herzlich ein, aktiv an den Diskussionen und Vorträgen teilzunehmen, um Ihr Wissen zu erweitern und wertvolle Erkenntnisse zu gewinnen. Nutzen Sie die Gelegenheit zum persönlichen Austausch mit Anbietern und Fachexperten vor Ort, um herauszufinden, wie Sie CX-Management in Ihrem Unternehmen noch wirkungsvoller einsetzen können.

**Dr. Peter Pirner**



Hinweis: Stand bei Redaktionsschluss – Änderungen möglich

**Freies WLAN**  
Benutzer: Civey  
PW: succeet23