

WEBBSTRATEGIDAGARNA 2015

Utveckla en digital kommunikation som driver försäljning och skapar konkret affärsnytta!

KONFERENS 26 & 27 MAJ 2015 | SCANDIC HASSELBACKEN, STOCKHOLM

UR INNEHÅLLET

- * Hur tar du fram en effektiv digital strategi och kommunikation som stödjer övergripande mål och driver affären?
- * Hur du kan använda Internet på nya sätt för att skapa mer kvalitet och träffsäkerhet och driva mer lönsam försäljning
- * Webbpsykologi, köpbeteende och digitalt beteende 2015 – hur du kan öka konverteringen och försäljningen med flera hundra procent genom att fokusera på användarnas beteende
- * Social business – hur driver sociala medier och content marketing affären och hur kan du använda dig av dem för bästa resultat?
- * Så kan du öka din digitala lönsamhet genom att definiera rätt mål och KPI:er för den digitala närvaron
- * Beteendestyrd webb, marketing automation, nya CRM-verktyg, Big Data m.m. – nya hjälpmedel för att skapa förbättrad relevans, kundupplevelse och konvertering
- * Hur få du en smart organisation som kan kapitalisera på de nya digitala förutsättningarna?



SPECIELLT INBJUDEN



Ola Sars
CEO
Soundtrack Your Brand
– Exclusive Provider of
Spotify for Business

SPECIELLT INBJUDEN



Jonas Colliander
Forskare och doktor i Sociala
medier (Nordens enda)
**Handelshögskolan i
Stockholm**

MODERATOR OCH TALARE



Adam Hassan
Managing Director
Designit

TALARE OCH PRAKTIKFALL



Mikael Lindblad
Head of Digital
Omega Pharma/ACO



Petra Rudberg
Digital Media Manager
Stockholmsmässan



Linda Hellqvist
Global E-marketing Director
Oriflame



Jens Axelsson
CRM & Online Manager
KappAhl



Johnny K Federley
Digital Strategist
UNICEF Sverige

Från Coca Cola till UNICEF
och "Supertalang 2015"
enligt Veckans Affärer*



John Ekman
VD
Conversionista

CASE
Skandia!



Johan Walldov
IT-Chef och E-Commerce
expert
Bokus



Christer Pettersson
Nordic E-commerce
Manager
Apollo

Fick Guldbladets
utmärkelse "Content
buyer of the year 2014"



Michael Mokhberi
CEO
Apttus



Rolf Lindström
Digital Communications
Manager
ABB

Sociala medier
för B2B



Annelie Gullström
Head of Digital Strategy
Vattenfall

BEGRÄNSAT ANTAL DELTAGARPLATSER – ANMÄL DIG IDAG!

www.abilitypartner.se | Telefon 08-694 91 00 | bokning@abilitypartner.se

Arrangeras av:

abilitypartner.

making it easier to achieve

Webbstrategidagarna 2015



TISDAG 26 MAJ 2015

08:30 Registrering, kaffe och smörgås

09:00 Ability Partner inleder konferensen och lämnar över till konferensens moderator



Adam Hassan
Managing Director
Designit

Adam är en uppskattad digital strateg och talare. Han är omtalad för sin förmåga sätta en digital strategi som leder mottagaren av strategin mot sina mål på bästa och mest framgångsrika sätt. Med smittande engagemang och brinnande intresse för allt som har med nätet att göra bjuder hans föreläsningar på smått genialiska insikter om den digitala arenan.



"If you have the opportunity to listen to Adam take it, he rocks on stage"

Ola Oredsson
Change Management Consultant
TribC

CASE

09:10 Hur du tar fram en effektiv digital strategi som stödjer övergripande mål och driver affären

- Hur vet vi att vår online-närvaro faktiskt genererar värde? Vilka är framgångsfaktorerna för att utveckla en värdeskapande digital närvaro?
- Hur vi driver försäljning via webben utan att köpet görs direkt online
- Hur vi arbetar med olika plattformar och om vår strategi för att de gemensamt ska stödja våra mål
- Hur sätter du mål och hur tar du fram mål, nyckeltal och KPI:er som ger rätt effekt
- Att optimera besöken på din sida så att målgruppen genomför ditt mål för besöket



Petra Rudberg
Digital Media Manager
Stockholmsmässan

Stockholmsmässan har länge arbetat med sin digitala strategi och med kundupplevelsen som helhet. Hör Petra berätta hur de arbetat systematiskt för att skapa en digital strategi som skapar värde och stödjer företagets övergripande mål. Se hur Stockholmsmässan kopplar ihop den digitala, analoga och mobila upplevelsen till en värdeskapande helhet som ger kundnytta och driver försäljning.

10:00 Förmiddagskaffe och nätverkande

CASE

10:30 Ökad digital lönsamhet genom att definiera rätt mål och genom att mäta och utvärdera allt

- Gör den digitala närvaron mer kostnadseffektiv genom mätning och utvärdering
- Att sätta rätt värde på digitala målsättningar och utmaningar med mobil och social närvaro
- När siffror sjunker – vad ska man ha i beaktning?

Från Coca Cola till UNICEF och "Supertalang 2015" enligt Veckans Affärer

- Målgruppen – var kan du nå din målgrupp och hur kan du få trafik till din sajt på bästa sätt genom verktyg som SEO, adwords, nyhetsbrev, sociala medier
- Hur vi arbetar med olika plattformar och om vår strategi för att de gemensamt ska stödja våra mål
- Digital strategi på Coca Cola respektive UNICEF – vad kan de lära av varandra?



Johnny K Federley
Digital Strategist
UNICEF Sverige

Johnny lämnade nyligen rollen som digital försäljnings- och marknadschef på Coca-Cola för att istället bli webbstrateg hos Unicef. Han blev utsedd till en av Sveriges främsta digitala stjärnor när Veckans Affärer skulle utse Supertalangerna 2015. Johnny är utbildad filmproducent (USA, Hawaii/LA) och marknadsförare (främst inom digitala området, London) samt har en bakgrund som brand activation manager, marknadschef och digital marknadschef på bl a Hewlett-Packard samt nu senast Coca-Cola. Johnny har även suttit flertalet styrelser, bl a för SIWI (Stockholm International Water Institute) under 2012-2013.

CASE

11:30 Hur få du en smart organisation som kan kapitalisera på de nya digitala förutsättningarna?

- Intern styrning och interna processer för att nå snabbare förändring och resultat
- Att skapa en flexibel och kostnadseffektiv organisation som tar vara på nya affärsmöjligheter
- Ny teknik och nya förutsättningar – så skapar vi bättre kundupplevelser



Annelie Gullström
Head of Digital Strategy
Vattenfall

De senaste två åren så har Annelie lett Vattenfall genom ett kulturskifte från analog kommunikation till digital – en transformation som fortfarande pågår. Arbetet har bl.a. resulterat i Vattenfall Innovation Space – ett projekt där Vattenfall erbjuder digitala startup företag plats på deras kontor i utbyte mot digital och entreprenöriell anda med driv och spännande idéer som tillsammans med dem vill skapa morgondagens energilösningar. Annelie över 20 års erfarenhet av att jobba med kommunikation, bland annat som digital mediestrateg på SEB.

12:20 Lunch och nätverkande

CASE

13:20 Hur du kan använda Internet på nya sätt för att skapa mer kvalitet och träffsäkerhet och driva mer lönsam försäljning

- Hur förändrat vår kommunikation och har skapat ett första digitalt ekosystem/lekpark som fångar upp människor när de är som mest intresserade av dialog
- Hur vi testar och kontinuerligt lär vad som faktiskt fungerar för att driva försäljning och bygga varumärke
- Hur alla dina kanaler kan samverka i detta arbete och hur de sociala kanalerna kan samverka med webben



Mikael Lindblad
Head of Digital
Omega Pharma/ACO Nordic

Webbstrategidagarna 2015



Mikael berättar hur de förändrat sin marknadsföring och jobbar alltmer med ett digitalt fokus. Hör Mikael berätta hur de tagit ett samlat grepp om kategorierna i sin kedja, hur de analyserar beteendet hos intressegrupper online och hur grupperna söker och vad de är intresserade av. På detta baseras all kommunikation och content gentemot intressenterna och de mest intresserade fångas upp i en form av ekosystem/lekpark där kunderna kan umgås med kategorin och varumärket.

CASE

14:20 Social och digital strategi som ger stärkta affärsrelationer och ökad attraktionskraft

- Varför sociala kanaler får en allt viktigare betydelse för ABB och varför sociala medier är viktigt inom B2B
- Storytelling och content marketing som ser till att våra erbjudanden finns top-of-mind då det blir aktuellt för köp
- Social och digital närvaro som stärker säljprocessen och som ger säljarna bra leads
- Olika sociala och digitala kanaler och för vilket syfte olika sociala kanaler lämpar sig bäst

Sociala medier för B2B



Rolf Lindström
Digital Communications Manager
ABB

Rolf vet hur viktigt det är även för B2B-företag att engagera sig i sociala medier. "Vi som jobbar inom business-to-business vet hur viktigt det är med relationer. Nu har vi fått en ny arena att jobba på", menar han. Hör Rolf berätta hur ABB anpassar sin kommunikation när reklam inte längre fungerar på samma sätt som tidigare och när den personliga nivån är avgörande samt hur de skapar värde för ABB genom sociala medier.

15:10 Eftermiddagskaffe och nätverkande

EXPERTANFÖRANDE

15:40 Hur får du effekt av din sociala mediestrategi genom att förstå din kund och använda rätt spelregler anpassade till nya kund- och köpbeteenden och den senaste forskningen?

- Den senaste forskningen om kundbeteende och vad som fungerar bäst i sociala medier
- Sociala medier och konvertering – hur ska du tänka?
- Om den mänskliga hjärnan och hur vi reagerar och interagerar när vi tar beslut och gör inköp då sociala medier blir allt mer viktigt
- Vad forskningen säger om fördelarna med att använda sociala medier i marknadsföringssyfte och hur använder du dem på bästa sätt för bästa resultat

Europas enda Forskare och doktor i Sociala medier!



Jonas Colliander
Forskare och doktor i Sociala medier (Nordens enda)
Handelshögskolan i Stockholm

Att förstå hur konsumenterna påverkas och interagerar i sociala medier är av största vikt. Hur ska företagen hantera detta nya fenomen på bästa sätt? Jonas berättar om Forskningsresultat kring fördelar med att använda sociala medier i marknadsföringen och hur använder du dem på bästa sätt för bästa resultat. Jonas forskning är inriktad på sociala medier, ett fenomen som bara är några år gammalt men som ändå snabbt förändrar den värld vi lever i.

16:40 Moderatoren avslutar och sammanfattar konferensens första dag

Mingel – passa på att nätverka under avslappnade former!



ONSDAG 27 MAJ 2015

08:00 Kaffe och smörgås

08:30 Konferensens andra dag inleds av moderatorn

CASE

08:40 Så har vi byggt vår webbplats för att skapa kundlojalitet och öka affärsnyttan genom content marketing och kundanpassade digitala tjänster

- Så hjälper rätt digitalt innehåll och digitala tjänster oss att vinna konkurrensfördelar
- Hur vi arbetar för att skapa kundlojalitet och ökat kundvärde
- Att skapa rörlig bild och instruktionsfilmer för att inspirera och engagera
- Hur vi genom sociala medier erbjuder en digital gemenskap där vi inspirerar, kommunicerar och stöttar med rådgivning och information



Linda Hellqvist
Global E-marketing Director
Oriflame

Linda leder en av de största strategiska investeringarna i Oriflames historia. Den traditionella direktförsäljningsmodellen backas upp med en e-handelslösning samt kundanpassade digitala tjänster och innehåll riktat mot slutkonsumenter samt säljkåren på dryga 3 miljoner personer. Linda har tidigare arbetat som marknads- och försäljningschef på Travelstart. Innan dess var hon sex år på Google där hon var med och byggde upp den nordiska säljorganisationen. Linda är en eftertraktad talare kring trender inom digitala medier och marknadsföring och har lett kurser på bl.a. Bergh och SSE i Sverige.

CASE

09:30 Content för webben – bra innehåll ger bra affärer!

- Så skapar du attraktivt innehåll på din e-handelsplats/webbplats – för såväl användarna som för sökmotorerna
- Hur bra och rätt innehåll kan stärka konvertering och försäljning
- Rätt content vid rätt tillfälle – hur vi anpassar vår content marketing till kundresan
- Knep, tips och strategier för att lyfta ditt innehåll till nya nivåer
- Effekt och resultat - hur vi mäter resultatet av vår content marketing i form av trafik, konvertering, interaktion etc."

Fick Guldbladets utmärkelse Content buyer of the year 2014



Christer Petterson
Nordic E-commerce Manager
Apollo

När Apollos egna kanaler blir viktigare och viktigare så ökar de även den delen av budget som går till kvalitativ content. Christer Petterson har en bred 15-årig karriär inom digital strategi med erfarenhet från media, sök, e-handel och innehållsmarknadsföring. Han har arbetat för IDG, Eniro och nu finns han på Apollo som chef för e-commerce och content marketing. Apollo fick nyligen



Guldbladets utmärkelse "Content Buyer of the Year 2014". Christer har också skrivit ett par böcker om reklam på nätet, till exempel "Sökmotormarknadsföring – så får du fler besökare och kunder via sökmotorerna" m.m.

10:10 Förmiddagskaffe och nätverkande

CASE/EXPERTANFÖRANDE

10:40 Webbpsykologi – hur Skandia ökade försäljningen 200 % genom att fokusera på användarnas beteende

CASE: Skandia

- Vad driver affären för digital kommunikation 2015? Vad ger effekt och konvertering?
- Dina besökare är stressade, slarviga och ofokuserade men oerhört KRÄVANDE - Hur skapar man webb som möter deras behov och driver försäljning?
- Vilka faktorer är det som driver besökare vidare i din säljtratt och vad får dem att hoppa av?
- Evolutionär webbdesign – så förbättrar du upplevelsen i små mätbara steg i stället för att satsa allt på ett kort



John Ekman
VD
Conversionista

John är galet passionerad av att förbättra konvertering och konverteringsgrad och är en av de bästa i Sverige på konvertering och på att tala om konvertering på ett intressant och fängslande sätt. John har lång erfarenhet av att optimera affärsutfallet för online-företag och på här berättar han hur han hjälpte Skandia att designa om ett av sina försäkringsflöden och lyfte konverteringen med 200 procent.

CASE

11:30 CRM och mobil närvaro som verktyg för kostnadseffektivitet, ökad försäljning samt förbättrad kundupplevelse på KappAhl

- Mobil och individualiserad kundkommunikation – numera en del av en lönsam och samtidigt kostnadseffektiv affärsstrategi på KappAhl
- Hur vi utnyttjar nya möjligheter att skraddarsy kommunikation genom nya mobila verktyg och andra digitala verktyg för individ-baserad kommunikation
- Hur vi tagit idén om mobil CRM hela vägen först i Skandinavien med mottot "för kunden där kunden är"
- Hur vi samlat content i en hubb så det kan levereras på bästa sätt i rätt kanal till rätt person vid rätt tillfälle



Jens Axelsson
CRM & Online Manager
KappAhl

Jens berättar hur KappAhl har tagit fram en unik applikation som går ut på att hjälpa medlemmar och underlätta köp. Hör hur de anpassar och personaliserar kommunikation till respektive kund genom verktyg för CRM och personifierad content. Hör hur de arbetar för att ge varje kund den bästa kundupplevelsen för dem och hur detta visat sig spara pengar samtidigt som det ökat antalet köp samt förbättrat kundlojaliteten.

12:10 Lunch och nätverkande

CASE

13:10 Hur vi automatiskt optimerar och personaliserar kundupplevelsen och så resulterar det i ökad konvertering

- Beteendestyrt innehåll som automatiskt anpassas till kunden – vad kan du vinna och hur fungerar det? Hur ökar konverteringen?
- Digitala kundupplevelser och den lojala digitala och mobila kunden – vilka behov har den digitala och kunden och hur möter du upp de individuella behoven på bästa sätt?
- Hur du kan arbeta med mätning, analys och segmentering för att ständigt förbättra din digitala närvaro avseende trafikdrivning, konvertering av besökare till kund och varumärkesupplevelse
- Så säljer vi 10 miljoner produkter genom ett 40 cm stort shoppingfönster



Johan Walldov
IT-Chef och E-Commerce expert
Bokus



Michael Mokhberi
CEO
Apptus

Bokus.com är en av nordens största och äldsta boklådor på nätet. I denna presentation berättar Johan och Michael om konsten att på ett personligt och relevant sätt exponera ett sortiment på över 10 miljoner artiklar i ett ständigt krympande shoppingfönster, för miljoner besökare, i en multikanalsmiljö med minimal mänsklig inblandning. De berättar om hur man moderniserat och effektiviserat sälj och marknadsprocesser inom bolaget och delar med sig av sina erfarenheter och resultat.

14:00 Eftermiddagskaffe och nätverkande

CASE

14:30 Hur Spotify utvecklar kundupplevelsen i realtid genom BIG DATA och kundinsikt

- Vad kan Spotify göra med realtidsinformation från över 50 miljoner konsumenter?
- Rätt musik, vid rätt tid, på rätt plats som driver affären – från digital till fysisk mötesplats
- Hur vi arbetar för att skapa relevans och emotionell koppling för kunden
- Hur kan du arbeta med BIG DATA för att fördjupa relationerna med nya och befintliga kunder?



Ola Sars
CEO & Founder
Soundtrack Your Brand – Exclusive Provider of Spotify for Business

Ola har grundat och byggt upp fyra olika bolag i den digitaliserade musikmarknaden, däribland Spotify's främsta konkurrent i USA, Beats Music, senare sålt till Apple, samt nuvarande Soundtrack Your Brand, grundat tillsammans med Spotify och med uppdraget att bredda Spotify's affär in i B2B segmentet. För närvarande fokuserar Ola på vad som händer när den digitala och fysiska verkligheten kommer allt närmare varandra.



Trendspaning

EXPERTANFÖRANDE

15:20 Dagens och morgondagens digitala och mobila verklighet - vad företag behöver fokusera på idag för överlevnad och lyckad innovation

- Vad är nästa steg i kundbeteende och behov och hur kan du bemöta förändringen?
- Strategier för nya förutsättningar och beteenden
- Hur ska stora företag kunna hantera den disruption och oförutsägbarhet som gäller framöver?
- Konkurrens kan komma snabbt från oväntat håll – hur hanterar du den disruptiva marknaden och samtiden?



Adam Hassan
Managing Director
Designit

Adam är en uppskattad digital strateg och talare. Han är omtalad för sin förmåga sätta en digital strategi som leder mottagaren av strategin mot sina mål på bästa och mest framgångsrika sätt. Med smittande engagemang och brinnande intresse för allt som har med nätet att göra bjuder hans föreläsningar på smått genialiska insikter om den digitala arenan.

16:10 Konferensens sammanfattas

16:20 Konferensens avslutas

Läs mer om våra övriga evenemang på
www.abilitypartner.se

Goda skäl att delta på konferensen

1. Lyssna till hur andra har tagit fram effektiva digitala strategier som stödjer övergripande mål och driver affären. Ta reda på hur du på olika sätt kan öka försäljning och skapa konkret affärnytta med din digitala strategi.
2. Hör hur du ökar den digitala och mobila lönsamheten genom att definiera rätt mål och genom att mäta och utvärdera på rätt saker.
3. Ta del av 11 av Sveriges mest intressanta praktikfall och ett flertal expertföreläsare.
4. Content för webben – bra innehåll ger bra affärer! Hör hur bra och rätt innehåll kan stärka konvertering, försäljning och kundupplevelse.
5. Ta reda på hur du med hjälp av webbpsykologi och kunskap om kundbeteende kan öka försäljningen.
6. Hör vad forskningen säger och hur du får bästa effekt av din sociala mediestrategi samt för vilket syfte olika sociala kanaler lämpar sig bäst.
7. Ta del av trendspaningar och se hur den snabba digitala och mobila förändringen påverkar dina kunder, kraven på din organisation och din digitala närvaro.
8. Uppdatera dig på nya verktyg som skapar förbättrad relevans, kundupplevelse och konvertering som beteendestyrd webb, marketing automation, nya CRM-verktyg, Big Data m.m. – nya hjälpmedel för att
9. Ta del av hur du kan skapa en smart och innovativ organisation som kan kapitalisera på de nya digitala förutsättningarna
10. Träffa kollegor från liknande kompetensområden med samma utmaningar som du från andra organisationer. Utvidga ditt nätverk och dela idéer och kunskap.

Intresserad av en affärsutställning?

Ability Partner erbjuder ditt företag unika möjligheter att stärka varumärket och bygga relationer med en väl avgränsad målgrupp såväl under som efter evenemanget. Vi skräddarsyr upplägget utifrån dina behov och önskemål. Kontakta oss så berättar vi mer!

Stefan Broman | Tel: 08-694 91 00 | Mobil: 070-999 72 35
E-post: stefan.broman@abilitypartner.se

Janne Huttunen | Tel: 08-694 91 00 | Mobil: 070-495 73 50
E-post: janne.huttunen@abilitypartner.se

Om Ability Partner

Ability Partners vision är att förbättra individers och organisationers förmåga att hantera förändring, växa och uppnå goda resultat. Genom att lära känna dig och din organisations behov kan vi kontinuerligt erbjuda utbildningar, seminarier, konferenser, events, nätverk och konsultativa tjänster som hjälper dig i det dagliga arbetet och stärker konkurrenskraften.

Ability Partner verkar på den nordiska marknaden utifrån ambitionen att erbjuda evenemang som ger mest värde för pengarna samt att ha 100 % nöjda och återkommande kunder. För mer information om Ability Partner eller detta evenemang, kontakta oss via telefon 08-694 91 00.

Anmälan till: Webbstrategidagarna 2015

Tid & plats

Konferens 26-27 maj 2015
Scandic Hasselbacken
Hazeliusbacken 20, Stockholm
Tel: 08-517 343 00

Boende i Stockholm

Vi samarbetar med nedanstående hotell. Ange koden "Ability Partner" när du bokar dig så erhåller du rabatt.

Mornington Hotel, Nybrogatan 53. Tel: 08-507 330 00

Freys Hotel, Bryggargatan 12. Tel: 08-506 214 00

Victory Hotel, Lilla Nygatan 5. Tel: 08-506 400 50

Scandic Hasselbacken, Hazeliusbacken 20. Tel: 08-517 517 00

Uppge koden D000028081 vid bokning på Scandic Hasselbacken.

Allmänna villkor

Priser och betalningsvillkor

Alla priser anges exkl. moms. Betalning sker mot faktura med 20 dagars betalningsvillkor eller enligt separat avtal. Om betalningsfristen överskrids har Ability Partner rätt att debitera dröjsmåls-ränta från förfallodagen med gällande diskonto plus ett tillägg om 8 %.

Avbokningsvillkor och överlåtelse av deltagarplats

Om du av någon anledning ej kan delta på ett bokad evenemang kan du alltid överlåta din deltagarplats till en kollega. Du kan också få inbetald deltagaravgift tillbaka förutsatt att din skriftliga avbokning är oss tillhanda senast 3 veckor (21 dagar) före evenemangets startdatum. Vid avbokning senare än 3 veckor (21 dagar) från evenemangets startdatum erhåller du ett värdebevis. Värdebeviset kan sedan användas som betalning på ett annat av Ability Partner anordnat evenemang. Vid avbokning utgår en administrativ avgift om 1.000 kr. På vissa av våra konferenser kan deltagandet vara fritt för vissa yrkesgrupper/målgrupper. Vid anmälan som gratisdeltagare och om man inte deltar på evenemanget kan man komma att bli fakturerad i efterhand i form av en så kallad "No-show" avgift. Om inte annat anges är No-show avgiften 1.500 kr.

Information om behandling av personuppgifter

Den personliga information som tillhandahålls av dig kommer att bevaras i en databas som används i vår marknadsföring och kommunikation med dig. Informationen kan även komma att delas med Ability Partners samarbetspartners. Om du önskar att dina uppgifter inte skall användas i dessa syften ber vi dig skriva till oss via traditionell post: Personuppgiftsansvarig, Ability Partner Europe AB, Telegrafgränd 5, 111 30 Stockholm eller via e-post: info@abilitypartner.se.

Fotografering och filmning

Vi tar ibland fotografier och filmar på våra konferenser och kurser. Bilderna och filmerna kan komma att användas i trycksaker, på webben eller i annat kommersiellt material. Som deltagare godkänner du att vi tar bilder och filmar på våra evenemang och att dessa får användas på dessa sätt.

Övrigt

Ability Partner reserverar sig för mindre ändringar i programmet som exempelvis ändringar av enskilda talare, programpunkter eller lokal för evenemanget. Ability Partner förbehåller sig också rätten att ställa in ett evenemang. Vid inställt evenemang har beställaren rätt att få ersättning för erlagd avgift eller ett värdebevis om motsvarande belopp. Vi förbehåller oss rätten att neka deltagande till personer som inte tillhör målgruppen samt deltagare från konkurrerande verksamhet.

Pris

Ability Partner premierar tidiga bokningar samt om ni är flera från samma organisation som bokar plats samtidigt.

Mängdrabatt vid minst 3 personer

Anmäl mer än 2 personer från samma organisation så betalar person 3, 4, 5 osv endast **6.980 kr** exkl. moms.

PERIOD	PRIS	ORDINARIE	RABATT
Boka senast 17 april			
Konferens	9.980 kr	11.980 kr	2.000 kr
Boka senast 15 maj			
Konferens	10.980 kr	11.980 kr	1.000 kr
Boka efter 15 maj			
Konferens	11.980 kr	-	

I konferenspriset ingår kaffe, lunch och dokumentation. Ovanstående rabatter kan ej kombineras med andra erbjudanden. Obs! Alla priser är exkl. moms.

Anmäl dig idag!

Webb: www.abilitypartner.se

E-post: bokning@abilitypartner.se

Telefon: 08-694 91 00

Fax: 08-694 91 04

Traditionell post:

Ability Partner,
Telegrafgränd 5,
111 30 Stockholm



Ability Partner samarbetar med PAR

PAR är ledande inom direkt kundbearbetning. Vi kombinerar kompetens och informationslösningar till kraftfulla verktyg för att bearbeta dina kunder, hitta nya och upptäcka nya affärsmöjligheter.

Vi förser dig med kontaktinformation för personlig bearbetning, ser till att din kunddatabas är korrekt samt hjälper dig analysera och dra slutsatser för att styra verksamheten, på kort och lång sikt.

Kontakta mattias.halvarsson@par.se så berättar han mer.



Förnamn

Efternamn

e-post adress

Befattning

Avdelning

Telefon

Fax

Företag / organisation

Adress

Post nr

Ort

Tel växel

Bransch

Antal anställda

Konferenskod: INF1324