

Biznes w czasach niepewności

18 marca 2009, Hotel Marriott Warszawa

Zaproszenie

Szanowni Państwo,

Mam przyjemność zaprosić Państwa do udziału w XVI konferencji z cyklu Forum Biznesowe SAS, której tematem przewodnim będzie zastosowanie najnowszych osiągnięć analityki biznesowej do amortyzowania skutków spowolnienia gospodarczego. Optymalizacja kosztów i ryzyka oraz zwiększenie przychodów to dzisiaj cele nadrzędne każdego przedsiębiorstwa. Ich osiągnięcie nie jest możliwe bez wykorzystania zaawansowanych narzędzi Business Intelligence. Konferencja Biznes w czasach niepewności, będąc miejscem spotkania menedżerów wyższego szczebla, da możliwość wymiany doświadczeń w gronie osób odpowiedzialnych za przyszłość wielu polskich firm i instytucji. Udział w przedpołudniowym panelu dyskusyjnym zapowiedzieli: Piotr Alicki - Dyrektor Pionu Informatyki (**Bank Pekao S.A.**), Christopher Bannister - CEO (**Play**), Dominik Barszcz - Dyrektor IT (**Grupa Kapitałowa Złomrex**), Janusz Moroz - Członek Zarządu (**RWE Polska S.A.**), Piotr Muszyński - Członek Zarządu ds. Operacyjnych (**Grupa TP**), Wiesław Thor - Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Banku ds. Zarządzania Ryzykiem (**BRE Bank S.A.**). Dyskusję o tym, jak odnieść sukces w czasach kryzysu poprowadzi dziennikarz Radia PIN, Bartosz Wejman.

Prezentacje popołudniowe podzielimy na cztery równoległe sesje tematyczne. O wdrożeniach i możliwościach rozwiązań opowiedzą praktycy reprezentujący m.in. ING Bank Śląski S.A., Bank Pekao S.A., Grupę Allianz, Raiffeisen Bank Polska S.A., Play, Polkomtel S.A., Gaz-System S.A., RWE Polska S.A., Indykpol S.A., Alma Market S.A.

W ramach prezentacji nurtu **Risk Intelligence** przedstawimy Państwu, propozycje kierunków usprawnienia i rozwoju strategii zarządzania ryzykiem. Wyciągając naukę z lekcji kryzysu, zwiększenia efektywności zarządzania ryzykiem upatrujemy m.in. w zintegrowanym podejściu uwzględniającym nie tylko pojedyncze ryzyka z I filaru Basel II, ale całościową mapę wszystkich materialnych ryzyk w organizacji. Należy również zwrócić uwagę na potrzebę zarządzania modelami pomiaru ryzyk oraz zintegrowane i odpowiednio surowe podejście do przeprowadzania testów warunków skrajnych. Plany zmian w regulacjach nadzorczych pokazują, że należy być przygotowanym na szybkie dostosowanie procesów i systemów wspierających wszystkie obszary Compliance. Jednym z najpilniejszych obszarów będzie przeciwdziałanie praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu zorganizowane w zupełnie nowy sposób oparty na ryzyku.

Sesja **Financial Intelligence** będzie poświęcona zastosowaniom narzędzi ekonomicznych i wspierających je narzędzi informatycznych do zarządzania finansowego w działaniach prewencyjnych lub łagodzących skutki pogarszającego się klimatu gospodarczego. Wydaje się, że informacje o zbliżających się zawirowaniach na światowych rynkach finansowych zaskoczyły



wielu, zarówno zarządzających, jak i inwestorów. Dlatego przedsiębiorstwa muszą podjąć nie tyle radykalne, co szybkie i skuteczne działania minimalizujące ewentualne straty. Nasi Prelegenci w oparciu o własne doświadczenia udzielą praktycznych wskazówek oraz zaprezentują przykłady konkretnych działań prewencyjnych i naprawczych właściwych dla poszczególnych sektorów gospodarki. Sesja ta będzie szczególnie interesująca dla Dyrektorów Finansowych, Dyrektorów Kontrolingu, Skarbników Korporacyjnych, Głównych Księgowych oraz innych osób na co dzień zaangażowanych w optymalizację ekonomiczno-finansową przedsiębiorstw.

W dobie szybkich i trudnych do przewidzenia zmian, szczególnie istotnym czynnikiem w kontekście przychodów staje się stabilność bazy klientów. Kluczowego znaczenia nabiera trwałość i jakość relacji klient-firma. Z drugiej strony, utrzymanie dobrej i zyskowej relacji z klientem kosztuje. Gdy priorytetem staje się radykalne ograniczanie kosztów, rodzi się pytanie: jak racjonalizować i optymalizować często rozdmuchane budżety marketingowe? Ponadto niepewność obecnych czasów powoduje, iż znane i sprawdzone dotychczas modele zachowań klientów ulegają zaburzeniu i destabilizacji. Wychodząc naprzeciw tego typu wyzwaniom, w ramach sesji **Customer Intelligence** pokażemy, w jaki sposób ewolucja procesów zarządzania kampaniami marketingowymi może zabezpieczyć organizację przed skutkami załamania rynków finansowych. Zaprezentujemy przykłady wykorzystania nowoczesnych rozwiązań analitycznych do osiągnięcia synergii działań w kontekście utrzymania i pogłębienia relacji z klientem. Omówimy też strategiczne aspekty zarządzania procesem marketingowym, rozumianym jako mechanizm realizacji i kontroli wykonania nakreślonych przez Zarząd planów i celów.

W ramach sesji **Business Intelligence** dla przedsiębiorstw, w oparciu o zrealizowane wdrożenia SAS, przedstawimy przykłady spodziewanych i faktycznie osiągniętych korzyści biznesowych w takich firmach, jak Indykpol, Alma czy RWE Polska. Rozwiązania BI to szeroki wachlarz technologii i jej zastosowań, które obejmują całe spektrum problemów biznesowych występujących praktycznie w każdej firmie. Począwszy od prognozowania (przykładowo wolumenu i rodzaju dostaw w oparciu o oczekiwany popyt), aż po kontroling finansowy oraz monitorowanie w obszarze zakupów, logistyki i sprzedaży. Głównym celem sesji poświęconej Business Intelligence będzie zaprezentowanie rzeczywistych problemów biznesowych, propozycji ich rozwiązania za pomocą zaawansowanej analityki, a także sugestii i porad dla organizacji planujących tego typu przedsięwzięcia.

Gorąco zachęcam do zanotowania daty **18 marca 2009r.** w kalendarzu i zaplanowania udziału w tegorocznym Forum Biznesowym SAS. W załączeniu znajdują Państwo ramowy program konferencji oraz formularz zgłoszeniowy. Szczegółowe informacje dotyczące rejestracji umieściliśmy też na stronie: <http://www.sas.com/poland/events/forumbiz2009>.

Do zobaczenia wkrótce,



Alicja Wiecka

Dyrektor Zarządzający SAS Institute Polska