

전략적 마켓 인텔리전스 지식을 넘어 혁신으로

제1회 마켓 인텔리전스 컨퍼런스

일시 : 2012년 11월 22일(목)
 장소 : 대한상공회의소 | 중회의실 B
 주최 : 3mecca/GIA



전체 스케줄을
확인하시고,
사전등록하시기
바랍니다.

컨텐츠 하이라이트

퍼펙트 스톰으로 대변되는 공포가 다시 글로벌 시장을 뒤덮고 있습니다. 글로벌 불황에서 살아남기 위해서 한국 기업은 이제 시장을 선도하는 마켓 크리에이터(market creator)가 되어야 함을 절실하게 인식하고 있습니다. 어떻게 한국기업이 시장 변화를 기민하게 파악하고 선제적으로(proactive) 대응하여, 새로운 시장에서 수익을 창출하는 월드클래스 기업이 될 수 있을까요?

그 해답은 기업이 지식을 넘어 혁신할 수 있는 방법을 찾는 데 있습니다. 전략적 마켓 인텔리전스는 의사결정권자가 실제로 비즈니스 환경에서 일어나는 일에 대한 정확하고 시의적절한 인텔리전스를 기반으로 글로벌 마켓에 대한 이해와 경쟁, 그리고 성장할 수 있도록 하는 새로운 패러다임을 제시합니다.

3mecca-GIA 컨퍼런스 어젠다는 이론적 개념을 소개하는데 그치지 않고, 실질적인 “Why?”와 “How?”에 초점을 맞춥니다. 즉, GIA ‘월드클래스 마켓 인텔리전스 구축 로드맵’에서 제시하고 있는 6가지 핵심성공요소를 중심으로 기존에 기업이 수행해왔던 정보 활용 방식을 월드클래스 수준으로 높일 수 있도록 하는 체계적이고 단계적인 로드맵을 제시합니다. 참가자들은 컨퍼런스에서 소개되는 유용한 아이디어들을 바로 당장이라도 실천함으로써, 월드클래스 마켓 인텔리전스를 체계적으로 개발할 수 있을 것입니다. 또한 월드클래스 베스트 프랙티스를 통해 자신의 현재 위치와 역량을 벤치마킹할 수 있는 기회도 갖게 될 것입니다.

- 선도적인 글로벌 기업의 월드클래스 마켓 인텔리전스의 핵심성공요소 적용에 대한 이해
- 월드클래스 마켓 인텔리전스 역량 구축 방법에 대한 이해 및 실무적인 컨텐츠 제시
- 월드클래스 마켓 인텔리전스 프로그램과 툴에 관련된 핵심 주제와 실제 구축 사례에 대한 패널 토론
- 선도적 기업의 베스트 프랙티스 소개: 스타트오일, 필립스 헬스케어, 하이네켄, P&G, 기타.
- 기업 내에 진정한 전략적 영향력을 가진 기능으로서의 인텔리전스 프로그램의 운용/발전 및 브랜딩 방법
- 마켓 인텔리전스의 세계적인 전문가들이 제시하는 베스트 프랙티스에 대한 실용적인 팁과 노하우 확보
- 학습과 네트워킹 기회

2010년 이래 연 2회 개최되는 GIA 컨퍼런스는 학습과 네트워킹 기회를 제공하는 최고의 인텔리전스 포럼입니다. 2012년 6월 런던에서 개최된 컨퍼런스에 대해 참가자들은 다음과 같이 평가하고 있습니다.

“전체적으로, 이 컨퍼런스는 내 기대수준을 훨씬 넘어섰으며, 우리 회사의 마켓/경쟁 인텔리전스 기능을 발전시킬 방법에 대한 아주 훌륭한 통찰력을 제공했다.”

“이론적인 부분과 실제적인 내용이 아주 잘 균형을 이루고 있다. 발표되는 사례들도 아주 훌륭했다.”

“이 컨퍼런스는 내년도 기획 활동을 위해 아주 강력한 토대를 마련해 주었다.”

“컨퍼런스 주제가 아주 적절했다. 모든 세션이 다 놓칠 수 없는 것들이다.”

“아주 훌륭했다. 참가자들의 이야기가 매우 흥미로웠으며, 많은 통찰력을 제공해주었다. 앞으로 생각해볼 거리가 많이 생겼다.”

월드클래스 인텔리전스 프로그램 구축의 성공 스토리에 초점을 맞춘 사례 중심의 어젠다

3mecca-GIA 컨퍼런스는 단순히 이론적 프레임워크만을 제공하는 것이 아니라, 글로벌 시장을 이해하고, 경쟁하고, 성장하고자 하는 모든 기업의 경영진과 실무자들이 오늘날 직면하는 “Why?”와 “How?” 질문에 초점을 맞추고 있습니다. 필립스 헬스케어, 하이네켄, 스타트오일, 시스코, P&G, 기타 등과 같은 선도적인 글로벌 기업의 베스트 프랙티스가 제시되고 논의될 것입니다. 참석자들은 본 컨퍼런스를 통해 6-12개월 내에 자신의 기업에서 실제로 적용할 수 있는 실용적인 아이디어와 이니셔티브를 갖게 될 것입니다.

컨퍼런스 프로그램은 다음의 주제를 다룹니다.

- 마켓 인텔리전스 프로그램의 수준을 다음 수준으로 높이는 핵심성공요소, 인텔리전스와 의사결정의 통합
- 기업의 인텔리전스 프로그램의 미래 지향성을 높이는 방법
- 의사결정을 지원하는 인텔리전스 창출 방법
- 비즈니스에 영향을 미치는 인텔리전스 프로덕트 포트폴리오 디자인

1. 월드클래스 마켓 인텔리전스를 위한 핵심성공요소

- 범위 : 인텔리전스 프로그램의 미래 지향성 추구. 인텔리전스 프로그램의 전체적이고 종합적인 관점 파악
- 프로세스 : 의사결정 인텔리전스 - MI를 비즈니스 프로세스와 통합
- 최종결과물 : 영향력을 발휘하는 실질적인 최종결과물 - 최종 결과물 포트폴리오 관리
- 톨 : 내부 인텔리전스 네트워크를 활성화하고, 양방향 정보 흐름을 용이하게 하는 톨 활용법
- 조직 : 내/외부 인텔리전스 네트워크 구축. 정보 허브를 전략적 자문으로 전환하는 방법
- 문화 : 양방향 커뮤니케이션을 지원하는 인텔리전스 공유문화 구축법, 마켓/경쟁 인텔리전스 홍보 및 브랜딩

2. 이론과 실제의 통합

- 인텔리전스 프로세스 통제 기능으로서의 톨의 역할
- 월드클래스 인텔리전스 프로그램과 인텔리전스 톨과의 통합

3. 베스트 프랙티스를 적용하기 위한 통찰력과 조언 및 지침

- 발표되는 케이스로부터 통찰력과 유용한 팁 확보
- 구체적인 케이스 기반 베스트 프랙티스 공유

4. 패러다임의 변화와 전략적 대응

참석 대상

3mecca-GIA 컨퍼런스는 기업의 마켓/경쟁 인텔리전스 프로그램 개발/운영을 담당하는 책임자나 실무자, 기업의 정보활동을 월드클래스 수준으로 향상시킬 계획을 갖고 있는 기업의 리더, 전략·사업개발·영업·마케팅·R&D 등 각 부문의 의사결정권자를 대상으로 합니다. 컨퍼런스에서 제시되는 베스트 프랙티스와 팁, 노하우는 규모와 산업에 관계 없이 모든 기업에 적용할 수 있도록 기획되었습니다.

제1회 마켓 인텔리전스 컨퍼런스 2012년 11월 22일(목)

09:20-09:50

등록

09:50-10:05

개회사, 김은경 대표, 3mecca

10:05-11:05

월드클래스 마켓 인텔리전스: 베스트 프랙티스 & 케이스 (동시통역)

발표자: **마르코 바나스**(CEO, Global Intelligence Alliance)

거우 10%의 기업만이 월드클래스 인텔리전스 프로그램 수준에 도달하였다. 이들 기업은 어떻게 다른가? 어떤 기업이 베스트 프랙티스를 보여주는가? 동종업계 타기업, 글로벌 평균, 또는 월드클래스 기업과 어떻게 벤치마킹 할 것인가? 1000개가 넘는 GIA 글로벌 인텔리전스 베스트 프랙티스 데이터베이스를 토대로, 기업의 인텔리전스 프로그램을 가장 효과적으로 발전시킬 수 있는 방법이 소개될 것이다.

- 마켓 인텔리전스의 핵심성공요소
- 월드클래스 마켓 인텔리전스 개발 프레임워크
- 월드클래스 마켓 인텔리전스 기업은 어떻게 다른가?
- 마켓 인텔리전스 베스트 프랙티스 사례
- 글로벌 설문조사 결과: 아시아 기업과 유럽/북미 기업의 비교

11:05-11:35

네트워킹 Break

11:35-12:20

MI 프로그램 구축 최적화 방안 (하이네켄 사례) (동시통역)

발표자: **루이스 마두레이라**(Head, Innovation & Intelligence, 하이네켄)

오늘날과 같이 빠르게 변하는 비즈니스 환경에서는 어떤 기업도 높은 영향력을 갖는 인텔리전스 프로그램 구축을 위해 수년이라는 시간을 소비할 여유가 없다. MI 프로그램은 그 구축과 운영 과정에서 바로 그 가치를 입증함으로써 기업의 인정을 받아야 할 필요가 있다. 프로세스를 계획하고 디자인하는 것도 또한 중요하지만, MI팀은 신뢰성을 얻기 위해 빠르게 행동하고, 신속하게 가치를 입증해야 한다. 또한 처음부터 MI 프로그램의 범위를 적절하게 정의하고 적절한 자원과 스킬, 툴을 가져야 한다.

- 범위 정의 : MI의 범위를 작게 시작하면서, 동시에 관련성 있는 이해관계자들을 충분히 지원하기 위한 방법
- MI 구축 플랜 : 성공적인 구축을 위한 핵심 요소
- MI 팀 구성 : 조직 구성과 기업 내 가시성 확보 방법
- MI 팀 소속 기능
- 빠르게 가치를 입증할 필요성

12:20-13:20

점심식사

13:20-14:35

패널 토론(마르코 바나스, 다니엘 조, 루이스 마두레이라, 좌장 : 마르코 바나스)

월드클래스 MI의 핵심성공요소로서 MI 툴: MI 툴 최적화 방안 (동시통역)

마켓 인텔리전스 툴은 인텔리전스 프로세스 운영에 기여한다. 우수한 인텔리전스 툴은 정보수집 단계에서부터 어떤 인텔리전스 과제에 대해서도 그 프로세스를 원활하게 만든다. 월드클래스 인텔리전스 프로그램의 핵심성공요소로서의 MI 툴에 대한 베스트 프랙티스와 경험은 전문가들로부터 직접 듣는다.

각 케이스 소개(하이네켄, 필립스 헬스케어, 기타): 개요 및 기능, 툴, 기타

- MI 소프트웨어 운용의 핵심성공요소는 무엇인가?
- MI 관점에서 인텔리전스 소프트웨어의 가장 중요한 특징은 무엇인가?
- MI 소프트웨어 선택에서 중시해야 할 사항은 무엇인가?
- MI 최종 사용자 관점에서 명심해야 할 점은 무엇인가?
- MI 사용자들의 참여와 협업을 끌어내기 위해서는 어떻게 해야 하는가?
- 잠재적인 함정과 그것을 어떻게 피할 것인가?

14:35-14:55

네트워킹 Break

14:55-15:40

글로벌/로컬 수준에서 지속가능하고, 통합된 마켓/경쟁 인텔리전스 문화를 창조하기 위한 툴, 방법론, 플랫폼, 프로세스 (동시통역)

발표자: **다니엘 조**(Marketing, Market Intelligence & New Product Introduction 디렉터, 필립스 헬스케어)

경쟁환경에서 승리하기 위하여 기업은 성공은 반복하고 실패를 되풀이하지 않는 법을 배워야 한다. 효과적으로 이를 수행하기 위해서는 공유의 문화가 있어야 한다. 지식을 보유하고 있는 사람과 지식을 원하는 사람간의 베풀어 연결이 결정적으로 중요하다. 특히 글로벌 기업의 경우는 더욱 그러하다. 그러나 직원들을 "Willing to share"에서 "Will share"의 상태로 바꾸는 것은 쉽지 않은 일이다. 어떻게 공유의 문화와 인텔리전스 공동창출을 가능하게 할 수 있을 것인가?

- 다각화된 글로벌 기업에서 협업적이고, 연결되고, 통합된 마켓/경쟁 인텔리전스 문화를 어떻게 구축할 것인가?
- 툴, 방법론, 플랫폼, 프로세스, 로열 필립스 사례
- 어떻게 직원들을 참여시키고, 마켓/경쟁 인텔리전스를 후원하게 할 것인가?

15:40-16:10

상용 데이터 베이스를 활용하여 Market Intelligence 통찰력 창출

발표자: **김진우**(특승로이터 IP & Science 이사장)

글로벌 경영환경의 다변화로 기업 내에서 생성된 정보 분석만으로 적절

제1회 마켓 인텔리전스 컨퍼런스 2012년 11월 22일(목)

한 의사 결정을 내리는 데 어려움이 발생하고 있다. 한편 인터넷에 수많은 정보가 존재하지만, 이 또한 중요한 의사 결정에 활용하기에는 충분한 신뢰성을 보장하기 어렵다. 목적에 맞게 정제된 외부 데이터를 활용하는 것이 이제 전략적 의사 결정에 중요한 추세가 되어가고 있다. 나아가 일부 기업들은, 외부의 정제된 데이터와 기업 내부의 생성된 데이터를 통합하여 전략적 경영활동에 활용하고자 한다.

- 상용 데이터 베이스 소개
- 데이터 베이스를 활용한 전략적 의사 결정의 변화
- 외부 상용 데이터와 내부 데이터의 통합 활용 방안

16:10-16:30

네트워킹 Break

16:30-17:20

2010년대 패러다임 변화와 전략적 대응

발표자: 송재용(서울대 경영학과 교수)

2010년대는 글로벌 경제 위기와 함께 지식기반경제화, 글로벌 주도권의 변화, 그린 이코노미의 부상, 저출산 고령화와 양극화 심화 등 구조적인 패러다임 변화가 동시다발적으로 발생하여 기업 환경의 불확실성이 높아지고 있고 패러다임 변화에 대응하기 위한 '전략적 민첩성'이 매우 중요해지고 있다. 이러한 2010년대 패러다임 변화에 한국 기업들은 어떻게 전략적으로 대응해야 하는가?

- 2010년대 패러다임 변화의 전략적 시사점
- 패러다임 변화 시기의 전략적 민첩성 함양 방안
- 패러다임 변화 시기에서의 신성장 동력 창출 방안

17:20-17:30

폐회사, 공지사항

* 위의 프로그램은 사정에 따라 변경될 수 있습니다.

발표자 소개 (발표 순)

마르코 바나스(Markko Vaarnas)

1995년, 마켓 인텔리전스 전문 기업 Global Intelligence Alliance(GIA)를 공동 창업하였다. 그는 GIA 그룹의 CEO로서 GIA를 지금과 같이 전 세계에 사무소를 둔 조직으로 회사를 발전시키고 키웠다. 그는 GIA의 전략기획, 성장관리, 해외 사업 개발 부문을 담당하고 있다. 조직의 의사결정 프로세스 분야의 저명한 스포트 리더로서, 기업의 마켓/경쟁 인텔리전스 프로그램의 최적화 방안에 대한 자문 제공을 전문으로 한다. 그는 유럽·미국·아시아 등지에서 수많은 컨설팅 프로젝트를 수행해 왔다. 수많은 국제 세미나와 관련 교육 행사에 초청 연사로 참여하였고, 또한 《The Handbook of Market Intelligence, 2012.11. 3mecca 번역 출간 예정》, 《Market Information in the Internationalization of Companies, 핀란드 국제무역연구소, 2005》를 공동 저술하였다.

루이스 마두레이라(Luis Madureira)

NOVA School of Business and Economics에서 마케팅 석사학위와 경제학 학사학위를 받았다. 그는 지난 17년간 Diageo, Coca-Cola, PepsiCo, Red Bull, United Coffee, Heineken과 같은 빠르게 움직이는 소비재 시장에 대한 방대한 경험을 갖고 있으며, 마케팅, 트레이드 마케팅, 영업, 자문 및 인텔리전스 분야에서 선도적인 역할을 담당하였다. 또한 브랜드 구축 관련 컨설팅사를 직접 운영하기도 했으며, CPCI-The Portuguese Community of Competitive Intelligence의 공동창업자로서 포르투갈과 스페인에서 개최되는 경쟁/마케팅 인텔리전스 석사프로그램 구축에 참여하였으며, 현재 여러 대학에서 초빙교수로 활약 중이며 인텔리전스 관련 국제 컨퍼런스의 단골 연사이다.

다니엘 조(Daniel Cho)

필립스의 Patient Care and Clinical Informatics 비즈니스 그룹의 마켓 인텔리전스 및 신제품 도입(Market Intelligence and New Product Introduction) 부서 책임자이다. PCCI는 현재 전 세계 헬스케어 기관에 임상용 IT 솔루션 및 메디컬 디바이스를 개발하고 판매하는 9개 사업단위를 갖고 있는 유럽의 B2B 사업을 운영하고 있다. 독일에서 근무하고 있으며, 기업체가 성장하도록 돕는 MI/CI 컨설턴트 팀을 관리하는 글로벌 책임을 맡고 있다.

김진우

투스론이터 IP & Science 지사장. 컨설팅, 전략/기획, Business Development 및 M&A 수행의 경험을 가지고 있다. 기업의 복잡한 이슈를 분석하고 의사결정에 도움을 줄 수 있는 Business Intelligence 솔루션 사업을 수행하며 고객들이 실제 경영환경에서 직면할 수 있는 문제 해결을 지원해 왔다. 또한 국내 대기업에서 대규모 해외 M&A들을

다수 진행하였으며, 그룹의 Global Operation을 좀 더 투명하고 신속하게 수행하는데 필요한 다양한 시스템들의 기획 업무를 진행하기도 했다. 투자 금융 회사에서는 지능형 정보 처리 기법을 통해 금융 거래의 Risk를 인식하고 대처할 수 있는 시스템을 구축하기도 했다.

송재용

미국 Pennsylvania대 Wharton School에서 박사 학위를 취득했으며, 서울대 경영대학 교수이다. 미국 Columbia대와 연세대 교수로도 재직했다. 서울대 경영대 부학장을 지냈으며, 한국경영학회 부회장을 맡고 있다. 조선일보 위클리 비즈에 '송재용 교수의 스마트경영' 칼럼을 연재해 왔고, SERI-CEO, 매일경제, 동아비즈니스리뷰 등에도 칼럼을 게재했다. 서울대, 연세대, 전경련 최고경영자과정 및 삼성, 현대기아차, LG, SK, 롯데, 포스코 등의 임원교육과정에서 강의했고, 삼성, SK, 포스코, 아모레 퍼시픽 등의 자문교수로 활동해 왔다. 2011년에는 매일경제 선정 '한국의 경영구루 10인'에 포함되었고, 서울대 교육상, 전경련 국제경영원 및 서울대 경영대 최우수강의상, 연세대 우수업적교수상, 미국경영학회 및 유럽국제경영학회 최우수박사논문상, Columbia대 국제경영 강의혁신상, 한국경영학회 최우수논문상 등을 수상했다. Management Science, Strategic Management Journal, Organization Science 등 해외 top 저널에 논문을 다수 게재했다. 특히 한국 대학 교수로는 최초로 세계 최고 권위의 경영 저널인 Harvard Business Review 2011년 7-8월호에 논문을 게재하였다.

3mecca

www.3mecca.com

핀란드에 본사를 둔 글로벌 마켓 인텔리전스 컨설팅, 전략, 솔루션 전문 기업인 GIA(Global Intelligence Alliance) 그룹의 한국 독점 파트너로서, 전 세계 23개국의 GIA 멤버 네트워크를 통해 클라이언트의 글로벌 전략, 마케팅, 리서치, 솔루션, 컨설팅 서비스 지원.

Global Intelligence Alliance Group

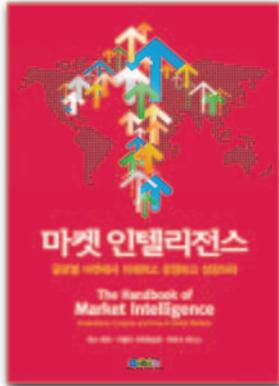
<http://www.globalintelligence.com>, www.intelligenceplaza.com

4대륙에 11개 사무소와 12개의 멤버 컴퍼니를 가진 전략적 마켓 인텔리전스 및 자문 제공 업체. 마켓 모니터링 서비스에서부터 전략적 분석/자문, 인텔리전스 소프트웨어, 인텔리전스 베스트 프랙티스 컨설팅에 이르는 커스터마이징 강력한 솔루션과 서비스 제공.

참가자 증정 도서

*참가자들에게는 《마켓 인텔리전스: 글로벌 시장을 이해하고, 경쟁하고, 성장하라》를 1부씩 증정해 드립니다.

마켓 인텔리전스: 글로벌 시장을 이해하고, 경쟁하고, 성장하라



“마켓 인텔리전스 프로그램을 구축하고, 운영하고, 발전시키기 위한 단계별 로드맵”

글로벌 기업들은 매년 마켓 인텔리전스에 수십억 달러를 지출한다. 그러나 정작 월드클래스 수준의 마켓 인텔리전스 역량을 구축한 기업은 고작 10%에 지나지 않는다. 월드클래스 수준에 도달한 기업은 의사 결정이 매우 효율적이며, 마켓 인텔리전스의 투자수익률이 매우 높다. 이들 기업의 비밀은 무엇일까? 나머지 90% 기업들이 마켓 인텔리전스의 6가지 핵심성공요소인 범위·프로세스·최종결과물·툴·조직·문화를 제대로 구축하기 위해 할 수 있는 일은 무엇일까?

이 책은 세계 최고의 글로벌 기업들의 마켓 인텔리전스 프로그램이 어떻게 운영되고 있는지를 다룬다. ABB, 시스코, 던킨, 스타트오일을 비롯한 40개가 넘는 업계 선두 기업의 케이스를 비롯하여, 마켓 인텔리전스 프로그램의 트렌드를 보여주는 전 세계 글로벌 기업을 대상으로 실시한 설문조사 결과가 수록되어 있다. 또한 저자들이 ‘월드클래스 마켓 인텔리전스 구축 로드맵’에서 제시하고 있는 6가지 핵심성공요소를 중심으로 기업이 자신의 마켓 인텔리전스 프로그램을 월드클래스 수준으로 향상시킬 수 있도록 돕는 단계적인 로드맵을 제시한다.

독자들은 이 책에서 제시하는 유용한 아이디어들을 바로 당장이라도 실천함으로써 월드클래스 마켓 인텔리전스를 체계적으로 개발할 수 있을 것이며, 또한 월드클래스 베스트 프랙티스를 통해 현재의 역량을 벤치마킹할 수 있을 것이다.

이 책에 대한 찬사

“이 책은 경쟁 우위를 위한 도구로서 마켓 인텔리전스의 개발을 안내하는 매우 유용하고 실용적인 틀을 제공한다. 다양한 실제 사례를 제시함으로써, 핵심 개념의 실천과 이행에 대한 이해를 돕고, 이 중요한 과정

을 촉진시킬 수 있는 실제적인 교훈을 제공한다.”

— 카를로스 호세 폰세카(Carlos Jose Fonseca), 마스터 카드 국제시장 전략 담당 이사

“현재와 미래의 성공을 위해 CEO에게 가장 필요한 것은 미래지향적인 시장 이해다. 문제는 수천, 수만 명의 직원을 거느린 다국적 기업에서 이를 어떻게 이루어 내느냐 하는 것이다. 이 책은 체계적인 마켓 인텔리전스라는 것을 이상이 아닌 일상으로 만들기 위해 필요한 제 단계를 명확히 제시한다.”

— 하리 게르미넨(Harri Kerminen), 케미라(Kemira) 사장

“우리는 GIA의 핵심성공요소 프레임워크를 이용해 인텔리전스 업무를 분석했다. 핵심성공요소 프레임워크는 인텔리전스 담당 부서가 스스로를 이해하고, 모자라는 부분을 파악하고, 목표에 따라 능력을 키울 수 있는 가장 쉬운 방법이다.”

— 필 브리튼(Phil Britton), 베스트 바이, 경쟁전략 팀 마켓 인텔리전스 책임자

“저자들은 전 세계의 많은 기업들을 대상으로 진행해 온 컨설팅 경험을 토대로 마켓 인텔리전스에 대한 다양한 관점을 제시한다. 이 책은 실제 사례를 이용해 마켓 인텔리전스를 둘러싼 제반 이론적 사안들을 설명한다. 이 책이 예상하고 있는 2015년까지의 전망은 생각할 거리를 충분히 제공한다. 이 책은 모든 마켓 인텔리전스 전문가와 전략 기획 업무 담당자들이 반드시 책상 위에 비치해 둘 책이다.”

— 데이빗 블랭크혼(David Blenkhorn), 윌프리드 로리에(Wilfrid Laurier) 대학

“개인적으로, 분석 기술과, 인텔리전스 프로세스를 위한 올바른 단계에 대한 조언을 담은 책은 많이 보아 왔다. 지금까지 부족했던 것은 마켓 인텔리전스 구축의 제반 요소에 대한 전체적이고 종합적인 관점에 대한 체계적이고 쉬운 설명이다. 이 책이 바로 그런 내용을 담고 있다.”

— 헨닝 하인리히(Henning Heinrich), T-시스템스 인터내셔널 마켓 인텔리전스 담당 부사장

“이 책은 바하의 음악처럼 읽힌다. 복잡한 내용을 단순하고 논리적으로, 쉽고 힘차게 전달하고 있다. 자기 회사를 시장보다 빨리 성장시키고자 하는 경영인은 반드시 읽어야 할 책이다.”

— 요스트 드리만(Joost Drieman), 시스코 유럽 시장·비즈니스 인텔리전스 담당 이사

“종합적이고 실제적이며, 핵심을 찌른다. 전략, 마케팅, 인텔리전스 담당자들의 필독서!”

— 앤더스 마빅(Anders Marvik), 스타트오일(Statoil) 기업 전략 담당 부사장

참가 안내

참가신청 및 참가비 납부 안내

① 참가비

참가 인원	일반 등록 (11월 20일까지)	조기 등록 (11월 13일까지)
개별 신청(1~2인, 1인당)	350,000원	280,000원
단체 신청(3인 이상, 1인당)	310,000원	240,000원

※VAT 10%는 별도이며, 참가비에는 증정도서 《마켓 인텔리전스》, 교재비, 종식비 등이 포함되어 있습니다.

② 참가신청 : 참가신청서를 이메일이나 FAX로 제출

이메일: 3mecca@3mecca.com, 팩스: 02-734-0657

③ 등록비 납부 : 다음 계좌로 송금 후, 이메일(3mecca@3mecca.com)로 통보

입금 계좌 : 국민은행 023501-04-113555(김은경, 3mecca)

납부 기한 : 조기등록 11월 13일(화)까지, 일반등록 11월 20일(화)까지

④ 문의처 : 3mecca@3mecca.com, TEL : 02-733-0617

취소 및 등록비 환불 안내

① 11월 8일(목)까지 취소 시 등록비 전액 환불

그 이후는 환불 불가(참가 자격은 타인에게 양도 가능)

② 취소는 이메일로 신청(3mecca@3mecca.com)

‘전략적 마켓 인텔리전스: 지식을 넘어 혁신으로’ 참가신청서

상호(법인)		사업자등록번호	
대표자		사업장주소	
업태		종목	

※세금계산서 발행을 원하시면 위의 항목을 자세히 적어주시기 바랍니다.

참가자 명단

성명	기업명/ 부서/ 직위	전화번호	이메일 주소

찾아오시는 길



대한상공회의소

주소 : 서울특별시 중구 남대문로 4가 45번지

전화 : 02-6050-3114

지하철로 오시는 길

지하철 2호선 시정역 9번 출구 삼성 본관 방향 5분 거리

지하철 1호선 서울역 3번 출구 YTN 방향 5분 거리