

Human Inference organiseert Data Quality Summit

Goede datakwaliteit staat aan de basis van effectievere marketingcampagnes

Arnhem, 24 november 2009 – Human Inference, Europees marktleider op het gebied van datakwaliteitsoplossingen, organiseert op donderdag 28 januari 2010 de Data Quality Summit met het thema 'Value your data, value your future'. Met een betere datakwaliteit kunnen marketeers een 10 tot 20 procent effectievere campagne voeren en een hogere conversie behalen. Voor een marketingcampagne zijn de actualiteit en juistheid van gegevens van groot belang. Ontdubbeling en controle van gegevens, afkomstig uit verschillende bronnen, zorgt voor een beter bereik. Tijdens de Data Quality Summit zal in verschillende sessies worden ingegaan op hoe bedrijven hun marketingeffectiviteit door goede datakwaliteit kunnen verbeteren.

Programma

Op de Data Quality Summit worden verschillende keynote-presentaties en interactieve breakout-sessies gegeven. De keynote-presentaties worden dit jaar verzorgd door Ted Friedman, Vice President van Gartner Research, Mathias Klier, professor aan de Universiteit Innsbruck en Sabine Palinckx, CEO van Human Inference. Ted Friedman maakt gebruik van gegevens uit recente studies om de toegevoegde waarde van goede datakwaliteit voor de bedrijfsvoering aan te tonen.

Tijdens de breakout-sessies wordt ingegaan op onderwerpen als marketingeffectiviteit, het maximaliseren van de business value van informatie, de rol van datakwaliteit in migratietrajecten en toekomstige ontwikkelingen op het gebied van datakwaliteit. Na afloop is er de mogelijkheid om met meer dan 300 aanwezigen van gedachten te wisselen. Het volledige programma is te vinden op:

<http://www.dataqualitysummit.com/program/>.

Aanmelden en meer informatie

De Data Quality Summit vindt plaats op 28 januari 2010 in het Evoluon, Noord Brabantlaan 1a te Eindhoven. De aanvang is om 09.30 uur en om 17.00 uur wordt de summit afgesloten met een netwerkborrel. Geïnteresseerden kunnen zich aanmelden via: <http://www.customerview.nl/HumanInference/reg01.aspx>.

Over Human Inference

Human Inference is marktleider op het gebied van oplossingen die de kwaliteit van gegevens verbetert en vervuiling voorkomt. De software is gebaseerd op natuurlijke taalverwerking die gebruikmaakt van landspecifieke kennis. Daarnaast kunnen gegevens vanuit verschillende databronnen geïntegreerd worden. De oplossingen zijn toegesneden op grote databases en bedrijfskritische systemen waarbij goede gegevenskwaliteit essentieel is.

Meer dan 250 bedrijven zetten de Human Inference oplossingen in voor het bereiken van customer intimacy, operational excellence en compliance. Gegevens van hoogwaardige kwaliteit zijn immers een harde voorwaarde voor het bereiken en behouden van een eenduidig klantbeeld, voldoen aan regelgeving, opsporing van fraude en efficiënte zoekprocessen in call centers.

Naast het hoofdkantoor in Arnhem heeft Human Inference vestigingen in Engeland, Duitsland en België en vertegenwoordigingen in Frankrijk, Italië, Zwitserland, Oostenrijk en Maleisië. Human Inference software is in gebruik bij, onder andere AEGON, Allianz, ANWB, Achmea, Informa, Ministry of Justice, Essent, ING Group, KPMG, KPN, SenterNovem, De Telegraaf, MesseMünchen en Wehkamp. Voor meer informatie: www.humaninference.com.

Meer informatie:

Marcommit PR

Melanie Petersen

Tel. 035-5822730

E-mail: humaninference@marcommit.nl