

# Hajar i kubik

**S**tefan Engeseth, Detective Marketing, har valt sin egen väg genom marknadsföringens djungel utan att fastna i dy och lianer.

Nu presenterade han Sharconomics, som ett effektivt sätt att angripa marknaden. Detta gjordes med humor, känsla och ett knivskarp intellekt. Han inledde effektivt via en video med simmande hajar till dov, suggestiv musik som välldde upp mot crescendo.

## Lyssna och förstå

Stefan Engeseth är besatt av kunskap, ska alltid finna nya vinklar, gå till botten med research, är samtidigt kaxig och djup. Dagens marknadsföring har grundstött i termer från sport och militärliv. Naturens strategi är överlägsen. Allt är ätbart. Hajen är ett av de starkaste varumärkena att satsa på i affärsvärlden. Den är intelligent, har överlevt i 420 miljoner år och är still smiling. Den simmar

runt sitt byte, tar initiativet och angriper direkt den svaga punkten. Det är bara att ta till sig. Utveckla, testa och anfall på nytt. Lyssna alltid på kunden både i ett sårbart läge och när marknadsandelarna flyter in på räls. För hajmat blir man, när man simmar långsammare än andra. Man är aldrig ensam i vattnet.



## Försvar och attack

Naturen har väl fungerande försvarsmekanismer: Stå aldrig still. Få inte panik under en hajattack. Var observant på de blinda fläckarna. Attack kan vara bästa försvar. Detta kan lätt appliceras på marknadsledande företag. Tänk som en haj för att nå framgång: En attack kräver en noggrann planering. Sprid panik. Slå till med klar timing. Kill with Style. Sharconomics innebär något nytt och sans-

löst tänkvärt. A Stimulating Read lyder kommentaren från professor Philip Kotler, marknadsföringens guru. Så glöm strikta flödes-scheman till förmån för en hypersnabb, strömlinjeformad projekttil med en jaktinstinkt och ett vasstandat leende av Guds Nåde.