



TURNING OPPORTUNITIES INTO BUSINESS[©]

Föreläsare, moderator

"Stefan Engeseth är en fantastisk föredragshållare!"
PEO AXELSSON, VD, MARKNADSCHEFERNA

BÄSTA TALARE: *Bank & Finans Konferens.*
Retail Summit in Prague (två dagars seminarium, 750 personer
i publiken, simultantolkat till fem språk).

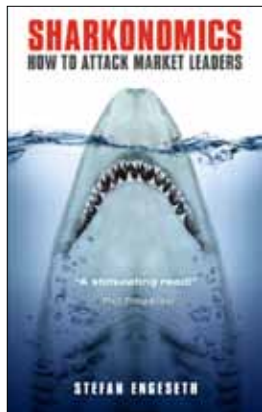


Stefan Engeseth one of Europe's
most creative business thinkers
and a top ranked speaker

Sharkonomics — Affärslivets aktörer har mycket att lära av hajars beteende

Hajar är inte bara naturens mest fruktade rovdjur, de är också strategiska och effektiva, egenskaper som kan vara till nytta även i affärslivet, enligt författaren och bloggaren Stefan Engeseth. I sin nya bok Sharkonomics, beskriver han hur även mindre företag, genom att ta lärdom av hajars beteenden, kan lyckas ta marknadsandelar från sina betydligt större konkurrenter.

- Att studera hajars beteenden ger många nyttiga insikter. Naturen är mycket smartare än såväl Stanford och Harvard som Ericsson och Apple. Trots allt har hajar utvecklats i över 420 miljoner år och de är fortfarande dominanta i sitt territorium, säger författaren Stefan Engeseth. Genom att studera hajens beteendemönster, instinkter och karaktärsdrag - till exempel att jaga i flock och att hitta den döda vinkeln - har Engeseth i boken utvecklat ett antal affärsstrategier som kan vara användbara för företag som, oberoende av storlek, vill utmana sina konkurrenter. Men Sharkonomics handlar inte bara om attack, utan tar även upp strategier för hur företag kan försvara sig mot angrepp.



- I naturen måste hajarna förflytta sig för att överleva, men i affärsvärlden har ofta storföretagen fastnat i sin egen historia och det finns en risk att de blir hajmat. Hajar producerar inte PowerPoints i tid och otid, de tar i stället en rejäl tugga av sitt byte.

*"Stefan Engeseth is really a star and brilliant on stage!
The audience loved his Sharkonomics lecture!"*

LAURI SIPILÄ, CEO, FINNISH MARKETING ASSOCIATION

Deep reseach

Stefan reste till Sydafrika för att träffa hajexperter på plats och få möjlighet att dyka och studera hajar i deras naturliga miljö.



*"Stort tack för en superföreläsning!!!!
Stefan Engeseth en veteran i MiG-sammanhang, presenterade innehållet i sin fjärde bok, Sharkonomics. Med entusiasm och levande exempel från hajriket exemplifierade Stefan modeller och insikter relaterade till framgång i näringslivet. Vi fick förståelse i att cirkulera kring bytet och att aldrig stanna upp..... för då blir man raskt uppäten av andra rovdjur som är snabbare och mer innovativt tänkande.
Tack Stefan för ännu en tankeställare!"*

KRISTINA COHN LINDE, VD, MARKNADSFÖRENINGEN I GÖTEBORG, MIG

"Stefan Engeseth draws creative parallels to the world of nature and sharks and provides a fresh look at business and defence tactics. Sharkonomics is not to be missed!"

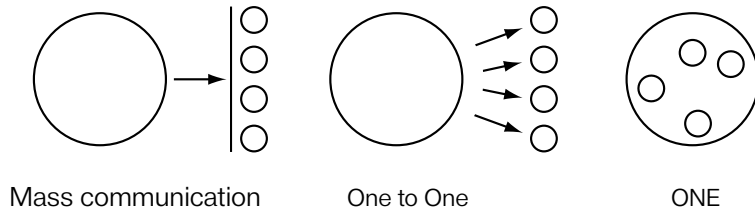
MERCI OLSSON
MARKETING AND COMMUNICATIONS DIRECTOR
NOBELPRIZE.ORG



Take a bite at www.Sharkonomics.com

ONE — Placera kunden i centrum av dina affärer!

Vi är mitt i en konsumentrevolution och måste släppa in kunden i processen med att skapa nya produkter och tjänster. Gapet har aldrig varit större mellan vad företag lovar och vad konsumenter i själva verket upplever. Samtidigt tjänar vissa företag miljoner på att arbeta med konsument- kraften istället för emot den.



"Boken ONE handlar om ett av dagens hetaste områden... om hur kundens energi kan styras att tjäna företagets syfte."
INTERNET WORLD

Vad är nytt och originellt med innehållet i ONE?

Vi är mitt i en konsumentrevolution som kan knäcka företag och hela ekonomier. ONE handlar om att få konsumentkraften att arbeta för ditt företag – inte mot det, som i flera uppmärksammade fall. Vi måste låta kunden vara med i skapandet av nya produkter och tjänster för att säkerställa kundnyttan. Företag som Shell och Philip Morris har lärt sig den hårda vägen medan andra företag som Ikea, Skype och Blocket hela tiden har utgått från kunden.

Vilka företagsproblem levererar ONE en lösning på?

Konsumenter kan inte degraderas till siffror i en databas. Följden har blivit att media delegerar allt mer tid åt att rapportera i konsumentfrågor. Med internet kan alla Sverka. Missnöjda konsumenter vänder ryggen åt varumärken som de konsumerat dagen innan. ONE visar hur vissa företag blivit otroligt framgångsrika utan att lägga en krona i traditionell marknadsföring.

Vilka mätbara resultat kan man få ut av ONE?

Kunderna är företagets största tillgång. Transformation till ett kundfokuserat företag innebär att låta kunden vara delaktig i processen att skapa nya produkter och tjänster som baseras på kundnytta.

Till vilka vänder sig innehållet i ONE?

Företagsledning, Social Media, Affärsutveckling, IT/CRM, Marknadsföring, PR, Kommunikation och Information. Innehållet tilltalar alla som arbetar med kund och konsument relationer.

"Stefan Engeseth sprudlar av energi i sin bok Detective Marketing. Han vågar testa nya tankebanor och gör det dessutom på basis av lång praktisk erfarenhet."

PER FRANKELIUS, EKONOMIDOKTOR

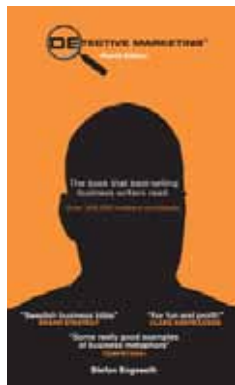
"Stefan lever som han lär - Detective Marketing ut i fingerspetsarna. Jag har hittills inte varit med om en så hög grad av interaktivitet och nätverkande bland konferensdeltagare. Stefan är en inspiratör och kreatör av stora mått, både som föredragshållare och moderator!"

HENRIK LANTZ, PROJEKTLEDARE, BONNIER

"Med sina tankar och idéer i Detective Marketing har Stefan lyckats med det som även vi strävar efter: enkelhet, klarhet, perfektion."

CLAES ANDRÉASSON, DIRECTOR, ABSOLUT AKADEMI
THE ABSOLUT COMPANY

"Increasing your creativity."



Föreläsningarna är fyllda med innovativa idéer. Inspireras till nya sätt att tänka, visuella exempel på hur man kan använda produkterna som medium mm.



Hur skulle det se ut om Apple tillverkade en projektor i form av ett äpple?



Hur skulle en ny mobiltelefon se ut och fungera om Nokia verkligen ville "connect people"?

Biografi, Stefan Engeseth

Författare, konsult och föreläsare. Efter avslutade ekonomistudier så inledde Stefan en karriär som professionell dansare. På sin fritid läste han management och marknadsföringslitteratur, ett stort intresse som har lett till skapandet av hans egna teorier och koncept. Stefan har arbetat med allt från små innovationsföretag till internationella Fortune 500 företag. Han skriver även artiklar för internationell affärspress.

Stefans idéer är ofta innovativa och framtidsorienterade, ibland på gränsen till vad som anses traditionellt acceptabelt. Dock, baseras alla idéer på verkligheten om att utan innovation och visioner så överlever inte företag i dagens konkurrensutsatta affärsvärld. Frågan är, hur långt är ditt företag berett att gå?

Hans föreläsningar har blivit väldigt populära genom att de inspirerar på ett enkelt pedagogiskt sätt, samtidigt som åhöraren får en metodik med sig för att själv kunna hitta möjligheter. Stefan har hållit hundratals föreläsningar och workshops i olika delar av världen för företag och akademiska institutioner.

Föreläser inom:

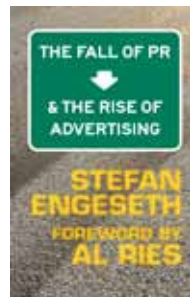
Levererar nytänkande inom marknadsföring, varumärken, ledarskap, Internet/sociala medier som anpassas till olika branscher.

Sharkonomics

ONE - Bli ett med kunden

Workshops (kreativitet, inspiration och nya synsätt på företagets möjligheter).

The Fall of PR and the Rise of Advertising, Detective Marketing™



För mer information kontakta Stefan Engeseth:



08 651 44 54 / 0704 44 33 54
förnamn (a) detectivemarketing.com
www.DetectiveMarketing.com (video etc)