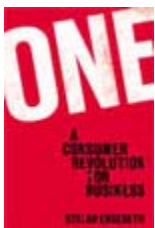


- > [Hemsida](#)
- > [Blogg](#)
- > [Böcker](#)
- > [Konsultation](#)



Stefan Engeseth  
 föreläser & bokad i  
 New York, Prag,  
 Amsterdam,  
 Singapore,  
 Reykjavik,  
 Helsingborg 12 Okt  
 Stockholm etc.  
 > [Kontakt info](#)

FREE DOWNLOAD



> [Download  
 first chapter](#)



> [Download  
 trail book](#)

## Consumer experience

Fritt översatt menas det att kunderna skall bli upplysta av upplevelser. Consumer experience är mycket hett i Londons reklambransch. Orsaken är att den växande konsumentmakten har nått en kritisk gräns där man inte kan bortse ifrån den kommersiella potentialen som konsumentkraften utgör (djungeltelegrafan slår alla andra medier). Mer och mer ser man att det är viktigare att nå rätt våglängd än att sända på alla kanaler, för då blir reklamen ofta bortvald. Kanske var det därför vår Stefan Engeseth nyligen fick hålla en föreläsning i London för reklameliten; Grey, Saatchi, BBDO, Gucci med flera. Några i publiken poängterade att det inte bara handlar om en förändring av reklambranschen, utan även om dess överlevnad. När alla samlade ville skapa en relevans för kunderna var budskapet ONE mycket välkommet. Ett exempel på hur de arbetar med "consumer experience" i London är de butiker som på natten förlänger upplevelsen och därmed konkurrerar med nätets 24/7 - erbjudande. Jämför man med Sverige så skulle H&M ha levande modeller stående i skyltfönstret nattetid med en fjärkontroll på rutan där olika kommandon får modellen att göra olika saker i butiken. Dock skulle nog H&M få välja bort strippalternativet, annars skulle allt för många tomtar förfrysas. Diskussionerna var mycket livliga och frågorna ville aldrig ta slut. Föreläsningen började vid frukosttid i Soho, men diskussionerna var så heta att restaurangägaren fick hota med att sätta igång brandlarmet om de inte gick hem så att lunchgästerna kunde ta plats i restaurangen (kunderna kommer ju först).

Omdöme från London: "Thanks Stefan for giving such a great lecture" Tom

Även i Sverige är ämnet ONE hett, så hett att föreläsning i fredags hos [Marknadsföreningen i Helsingborg](#) slog publikrekord (265 per). Stort tack till sponsorn [SmurfitKappa](#).

**Tanke:** Consumer experience för en optiker butik skyltning bara att helt enkelt ta bort glaset i skyltfönstret (alla lär tänka på om de ser rätt – och när de ser rätt ser de ett par nya glasögon).

**Tanke 2:** Efter ett smutsigt val med smuts och pajkastning borde något tvättmedelsmärke hänga på och göra valet enklare för folket i butikerna. Val rekvisita finns det ju mer än gått om som kan återanvända i hela landet. Istället för att ta parti kan kunderna tvätta ett parti...

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

**Internet World** (nr 7 September 2006)

"You will love this book as well. But only if you are prepared to open your mind, and take on the wealth of ideas. Like fellow thinker Edward de Bono, Engeseth likes to provoke and generate a reaction."

**Brand Strategy** ([download the whole book review of ONE](#)).

## ONE föreläsning 28 september hos Shenet

Vår Stefan Engeseth föreläser torsdagen den 28 september 17.30 i Galleri So Stockholm i Kungsträdgården för det kvinnliga nätverket Shenet. Välkommen att lyssna, du får föredrag, boken och medlemskap i Shenet för endast 295 kr (ord. pris 570 kr) [Mer info och anmälan](#) (Ange ONE i anmälan för att få detta specialpris). Mer om [Shenet finner du här](#).

## Dags för Tendensdagen 19 oktober 2006!

Branschens bästa möjlighet att enkelt hålla sig uppdaterad inom Varumärken, Design och Effektmätning. Professor Claes Fornell om hur Nöjd Kund index slår börsindex som prognosinstrument. Adam Morgan som överallt ser outnyttjade möjligheter och plockar fram bra exempel. Niku Banaie, Naked Communications, Storbritannien – See me naked – an alternative brand communication agenda som skapar "pull" istället för "push". Rory Sutherland, OgilvyOne Worldwide, Storbritannien, använd Digital Communication så att du bygger varumärken och inte bara som billig säljkanal. Låt dagens erfarenheter sjunka in till tonerna av Mamma Mia, världens största varumärke inom musik. [Läs mer och anmäl dig här!](#)

Vår blogg är nu 1 år och har över 200 poster! [Blog.DetectiveMarketing.com](http://Blog.DetectiveMarketing.com)

### Topp 10 mest populära posterna första året:

1. [Free download the first chapter of ONE](#)
2. ["iPod dance" – A nonstop music solution with a perpetual battery](#)
3. [Big boats are like big company's heavy and need very much fuel to move](#)
4. [Free download of my first book: Detective Marketing](#)
5. [Will Linux make computers soon?](#)
6. [From Google Earth to Google Globe Traveling](#)
7. [How Fans of FedEx can build their business](#)
8. [ONE ice breaking cash machine for Absolut Vodka](#)
9. [Bollybranding – Makes consumers dance](#)
10. [ONE new idea for the world biggest flat screen](#)

### Andra poster som fått mycket trafik:

[Superman and Clark Kent is ONE with real time business](#)

[Adidas makes customization to an art form](#)

[Five steps to become ONE with your consumers](#)

**Detective Marketing™**  
**TURNING OPPORTUNITIES INTO BUSINESS®**  
Consulting Speeches Research Content  
08-651 44 54 | 0704-44 33 54



Vi anlitar Strålfors för elektronisk marknadskommunikation. [Läs mer.](#)

Citera oss gärna, men ange källan DetectiveMarketing.com

[Avregistrering](#)