

- > [Hemsida](#)
- > [Blogg](#)
- > [Böcker](#)
- > [Konsultation](#)
- > [Fler Nyhetsbrev](#)
- > [Kontakt info](#)



Stefan Engeseth

[föreläser](#) i ex

[Amsterdam](#)

[Bombay](#)

[Dubai](#)

New York

Singapore

London

[Brussels](#)

baserad i

Stockholm.

> [Video](#)

> [Presentation](#)

> [Kontakt](#)



Bli ung för evigt

Först kom CIA Crimes och konfronterade oss med döden. Då, när [liken rör oss](#), skapades en grund för åldersnojan. Nu bankar bankerna in sitt budskap. Fast denna gång känns det som om likstelhetens kyla biter i det kommersiella budskapet; "Du är inte gammal än, men du är där snabbare än du tror." Prova att säga det på ett cocktailparty så ser du hur bra det tas emot. Rekordbabyboomen från 1965 börjar nu bli till åren. De ser inte att denna kundgrupp inte är passiva mottagare eller att det börjar koka aggressioner mot åldersförföljelse runt om på folkhemmets bloggar (de når fler än ett cocktail party). Alltför hårt budskap skapar ofta en efterfrågan på det motsatta. Hälsokostbranschen kan lätt hämta hem den åldersnoja som nu skapas av bankernas budskap. Nu efterfrågas budskap som "ung för evigt" även resebolag; "missa inget" eller bilföretag; "säker sportbil" etc. (dock utan cynism). Även lite farligare inslag i folkhemmet kan få ökad efterfrågan som exempelvis [gladiatorgalor](#). När eftersmaken av åldersnojan sprider sig till andra varumärken som Volvo och BingoLotto kan dessa få det tufft om de bara säljer på trygghet. [Vad ser du för kopplingar?](#)

& Miljardär i stället för pensionär

Enbart i Sverige sändes det [2,1 miljarder SMS](#) under 2005 (källa: Computer Sweden). Här är en affärsidé för att tredubbla volymen och öka kundnyttan. Idag har vi ett invant globalt beteende av att sända e-post till mottagaren, kopia och ibland även en hemlig kopia. Bara att utveckla samma sändfunktion i SMS-applikationen och sedan boka en biljett till Bahamas

2007.  **Nästa steg i livet** kan bli att utveckla ett par skor som även fungerar som en metalldetektor för varje steg du tar. Då kan varje promenad innehålla en ny skatt utan bank oavsett pensionärsålder eller ej.



Många har berättat om kopplingarna mellan världens just nu hetaste bestsellerbok [The Long Tail](#) och ONE. Just därför har det kommit in förfrågningar om att göra föreläsningar tillsammans. Den första hölls den 29 november på [Marketing3](#) i Amsterdam.

Succéförfattaren Chris Anderson (chefredaktör för Wired Magazine, och svenskättling) samt vår Stefan Engeseth var båda Key Note Speakers. [Läs mer.](#)



Ge bort ONE som julklapp och landa fler nöjda kunder 2007

Boken har sålt slut i Europa och är väl sprid i Asien. Nu har vi fått in ett parti ONE böcker för dina kunder och kollegor. Vi samarbetar med

Sveriges bästa tomtenissar på [ONTIME](#) som packar och skickar dina böcker, även med en tryckt hälsning, till rimliga priser. [Klicka här för mer info och bokning.](#)

"Han sparkar vd:n i baken"

[Computer Sweden](#) (Nr 116 Sid 10-11 November 2006)

Några poster från vår [blogg](#).

1. [Consumer SWAT](#)
2. [Search for love at GoogleLove.com](#)
3. [Five steps to become ONE with your consumers](#)
4. [How to double the traffic on Google](#)

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](#)