

# Pressinformation

22 jan, 2007

## Konsumentrevolutionen är här

**Dagens konsumenter är mer aktiva än någonsin. De vill vara med och påverka företagens produkter och tjänster. De vill vara delaktiga. Engagerade konsumenter driver på affärsevolutionen i flera branscher och makten har allt mer hamnat i händerna på konsumenten. Det kan kosta företag miljarder att inte lyssna på sina kunder. KonsumentKraftdagen vill sätta fingret på konsumentens nya roll och visa vad företag kan göra för att bli en vinnare i konsumentrevolutionen.**

Konsumentens stärkta position föranledde Time Magazine att nyligen utse "dig" till årets person, eftersom det enligt tidningen är "du" som konsument som styr i informationsamhället. Och konsumentens segertåg fortsätter. Den amerikanska reklamtidningen Advertising Age, som varje år utnämner Årets byrå, valde i år att ge priset till "konsumenten". Enligt Advertising Age har konsumenten nu på allvar tagit makten över varumärket.

Men trots att kunden alltmer fått en central roll verkar många företag inte inse hur viktigt det är att lyssna på sina kunder. Enligt Professor Claes Fornell, University of Michigan, och ordförande i CFI Group som sammanställer American Consumer Satisfaction Index, visar forskning att kundnöjdhet har en stark och direkt påverkan på ett företags börskurs. Bra kundvård kan alltså vara kursdrivande. Men idag byggs bra kundrelationer på mer än traditionell kundvård. Därför måste företagen lära sig mer om sina kunder, vad de har för behov, önskemål och drömmar.

De som lyckas använda konsumenternas kraft och kreativitet, till att bygga varumärket och utveckla företaget, har allt att vinna.

### Premiär för KonsumentKraftdagen

KonsumentKraftdagen är ett initiativ för att samla upp tankar och konkreta idéer kring konsumentens stärkta roll och det första företagsseminarium i Sverige som fokuserar helt på kunden. Seminariet vill lyfta fram inspirerande exempel på företag som Volvo, Lunarstorm, E.ON, Telge Energi, ICA, m fl, som framgångsrikt har använt sig av konsumenternas kraft i sin affärsutveckling. Medverkar gör även Olle Wästberg, chef för Svenska Institutet och tidigare Sveriges generalkonsul i New York, som berättar om skillnaden mellan att vara kund i USA jämfört med i Sverige.

Moderator för KonsumentKraftdagen är Stefan Engeseth, författare till boken "ONE – A consumer revolution for business" och en stark förespråkare för konsumentens makt.

*– De flesta i företagsvärlden har den felaktiga föreställningen att det enda en kund kan bidra med till företaget är pengar. I olika konsumentprogram har vi sett lilla David kämpa mot stora Goliat. Men rollerna har kastats om och det är dags för bägge parter att inse att de båda vinner på att samverka, säger Stefan Engeseth.*

**Konsument **KRAFT** dagen**

**KonsumentKraftdagen är ett heldagsseminarium som arrangeras av Affärsvärlden Seminarier & Events i samarbete med Reklamförbundet. Onsdagen den 28 mars är det premiär för KonsumentKraftdagen på Summit, Grev Turegatan 30 i Stockholm.**

Läs mer om programmet på [www.konsumentkraftdagen.se](http://www.konsumentkraftdagen.se)  
För mer information kontakta [Stefan Broman](#), tel. 08-796 65 57

**Läs gärna hela pressinformationen om KonsumentKraftdagen.**

Media och läsare av [DetectiveMarketing.com](http://DetectiveMarketing.com) nyhetsbrev får denna pressinformation. Vi anlitar Strålfors för elektronisk marknadskommunikation. [Avregistrering](#).