



TURNING OPPORTUNITIES INTO BUSINESS[®]

Konsultation

Omdöme från VD Jonathan Royce, Bio-Works

”Jag har sagt till många kollegor att Stefan är den mest nyfikna vuxna person jag någonsin träffat. Han frågar ’Varför?’ upprepade gånger tills han kommer till den verkliga kärnan av ett problem, utmaning eller möjlighet. Han närmar sig situationer med ett öppet förhållningssätt och inspirerar team genom att erbjuda alternativa perspektiv som utmanar de ’sanningar’ som vi alla utvecklar över tid som ett resultat av erfarenhet.

Stefan har arbetat nära vårt sälj- och marknadsföringsteam på Bio-Works under en period på 15 månader som en inspirerande föreläsare och coach och hjälpt oss att hitta våra inre hajar. Tillsammans har vi workshoppat ett antal idéer om hur man kan identifiera, attrahera och behålla nya kunder och resultaten talar för sig självt (titta bara på Bio-Works Investor Relations hemsida för att se vårt resultat).

Jag rekommenderar varmt Stefan till alla team som vill vässa sina kommersiella färdigheter. Om du inte ärligt kan svara på frågan ’Är du en haj?’ med ett ’Ja’, bjud in Stefan till ett möte och hör vad han kan erbjuda.”

VD Jonathan Royce, Bio-Works



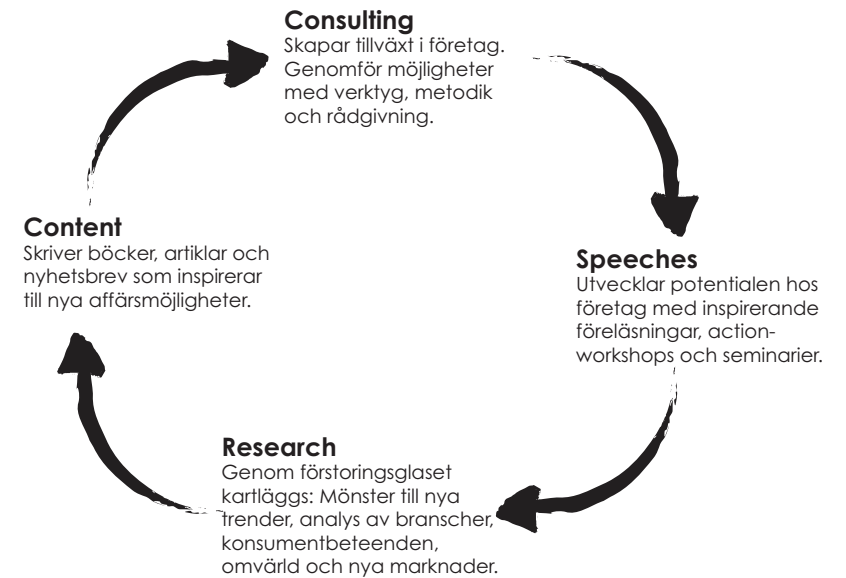
Konsultation som levererar nytänkande lösningar inom ledarskap, affärsutveckling, strategi, Internet/sociala medier, marknadsföring, varumärken, försäljning, kreativitet/produktutveckling och anpassas till olika branscher. Workshops (kreativitet, inspiration och nya synsätt på företagets möjligheter).

Sex års arbete ligger bakom den metodik vi använder för att finna nya möjligheter i företag och organisationer. Vi arbetar med medelstora företag och internationella Fortune 500 företag.

Unika konsulttjänster:

Dolda vinkeln
ONE – Bli ett med kunden
Bollplank
Detektiv i möjligheter

Vi är baserade i Sverige, men arbetar med kunder och vårt nätverk internationellt.



“Swedish consultant boosts big business”
BRAND STRATEGY

Exempel på konsultuppdrag*

Världsledande mjukvaruföretag med kommunikationsproblem. Rådgivning i hur man får osynliga värden att bli synliga och hur man skapar medvetenhet hos konsumenten. Resulterade i ändringar av marknadsstrategin, som också lade grunden för en global tv-kampanj.

Ibland gör det ont att tänka nytt. Det är därför vi sparkar vd:n i baken på företag i miljardklassen (vi "bollplankar" även utan sparkar).

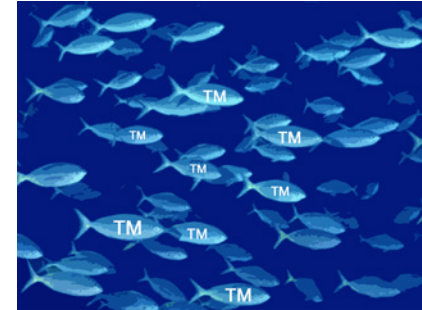
Event- och reklambyråer. Levererat strategi och idé som genererat branschpriser och uppdragskonton, samt events i storleken 6 MKR.

Bollplank till ledning inom medicinsk forskning och utveckling. Bidrog till att förtydliga förpackning, innovation och interaktionen med marknaden och medarbetarna.

Belysa kreativa möjligheter för statlig myndighets marknadsplanering, samt hur de kan omsätta det till markandsvärde. Vi bekräftade, belyste och fann inom ramen för deras budget nya möjligheter och mål.

Skräddarsydd workshop inom kreativitet kopplat till affärer för ett globalt mediaföretag i Dubai, där 15 länder deltog. Konsultation inom idé- och konceptutveckling som syftade till att provocera kreativt agerande på marknaden, samt att skapa ökad medvetenhet och förnyelse inom organisationen.

Deltog i referensgruppen under byggandet av Öresundsregionen, ett av Europas största projekt (100 miljarder).



The Government of Dubai. Rådgivning och stöd till att paketera Dubai som turistort.

Regionen Västmanland. Konsultation inom turism, boende och näringslivsfrågor. Leveransens fokus var handlingskraft och skapande av verktyg för regionens utveckling.

Kartläggning av möjligheter för entreprenör. Genererade ökade resurser och handlingsfrihet.

**Många uppdragsgivare arbetar även med andra konsultbolag som Kairos Future, Rewir, Boston Consulting Group även reklam-, PR-, media, och varumärkesbyråer med flera. Pga. av sekretess lämnar vi inga detaljerade uppdragsbeskrivningar utan godkännande ifrån uppdragsgivaren.*

Dolda vinkel — Dolda möjligheter i företag?

De flesta projekt hos er är gediget genomarbetade på olika nivåer. Vårt bidrag som konsult handlar därför om att se med nya ögon på er helhet. Det handlar om att ta tillvara det som finns och se vad som kan kompletteras samt identifiera nya möjligheter och idéer. Det är sedan upp till er som uppdragsgivare att välja av de möjligheter som serveras från den dolda vinkelns meny. Det okända ger inspiration till nya möjligheter. Ni styr själva fokus under arbetet.

1. VAD döljer sig i den dolda vinkeln?

För att skapa relevanta idéer och koncept studeras information om företaget och marknaden. Vi intervjuar nyckelpersoner inom organisationen och på marknaden för att få en helhetsbild. Även andra källor undersöks. Därefter arbetar vi vidare med materialet för att förbereda en leverans av möjligheter. Presentationen innehåller då material från den dolda vinkeln. De olika scenarier som då presenteras diskuteras ytterligare för att se vilka som lämpar sig bäst att arbeta vidare med.

2. HUR skapar vi lönsam utveckling utifrån dolda möjligheter?

I detta steg väljer ni de möjligheter i dolda vinkeln som ni vill utveckla vidare. Vi utvecklar sedan de idéer och koncept till HUR man ska paketera och genomföra dessa i projektform. Bra idéer och koncept är mer värda om man vet HUR de skapar lönsamhet. Leveransen innefattar en handbok i HUR omsätta dolda vinkel till affärer.

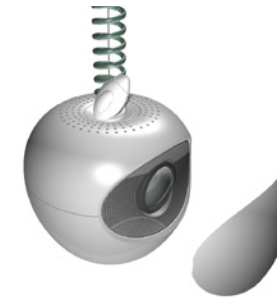
3. GÖR lönsamma affärer av möjligheter

Genomförande av vad vi kom fram till i steg 1-2 kan ske aktivt eller som bollplank. I detta steg är syftet förutom att genomföra även att säkerställa att ni som organisation fortsatt kan arbeta vidare med de berörda bitarna.

Utvärdering & uppföljning

Om vi tar ett steg i taget, eller alla steg i en följd bestämmer ni själva. När ni sedan har fått smälta de olika förslagen, diskuterar vi en fortsättning av möjligheterna för ert projekt.

Dolda vinkeln är fylld med innovativa idéer. Nya marknadsandelar och nya produkter. 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"?

"Some really good examples of business metaphors"
TOMPETERS!

ONE — Bli ett med kunden

Kunden har de senaste åren blivit kung på riktigt, med massmedia och Internet på sin sida. Många är de företag som fått känna på konsumentkraftens styrka. Men all denna kraft kan arbeta med och för företaget om man förenar sig med kunden i verksamheten.

Exempel: IKEA, Lego, Blocket, CNN, Linux, Universal Music mfl

Bli ett med marknaden istället för nr 1 på marknaden

Låt nöjda kunder ge engagemang till företagskulturen

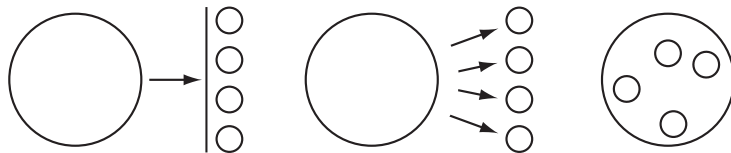
Kunden skapar nya affärer, produkter/tjänster

Kunden är bästa säljaren

Vad driver över 100 miljoner kunder till eBay.com? Är det kunderna som driver eBay?

Kompetensen ONE är efterfrågad världen över i föreläsningar och konsultation inom varierande branscher.

Varje företags situation och kundsituation är unik. Vi skapar unika modeller och gör en uppdragsbeskrivning tillsammans med er som kund, tillsammans arbetar vi med ONE.



Mass communication

One to One

ONE

Bollplank

Oavsett kompetens ger det nya perspektiv och inspiration till nyckelpersoner i organisationen att ha ett bollplank. Har man många bollor i luften ser man dem bättre och mer kontrollerat med ett bollplank som kraftkälla. Vi agerar bollplank till olika personer som behöver någon utanför verksamheten med inblick samt ofärgade ögon och öron. Inga referenser lämnas till denna tjänst då bollplanket agerar anonymt.

Detektiv i möjligheter

Ofta har man en känsla av att möjligheterna finns så nära att man inte ser dem. I sådana fall och även andra fall agerar vi detektiver i möjligheter. Arbetet går till så att företaget genomlysas på möjligheter. Sedan läggs dessa i förstoringsglaset i ljuset mot vad marknaden efterfrågar. Resultatet kan ligga inom nya marknader, produkter/tjänster eller interna fynd. Det ogjorda eller osedda ger inspiration till en förädling av företagskulturen. Ofta handlar det helt enkelt om att ligga steget före sina konkurrenter.

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

“Straightforward thinking. It’s thought-provoking. It’s all about taking the Peppers’ One-to-One philosophy a step forward. Lucid examples of how the ONE approach works.”
BRAND REPUBLIC



Stefan Engeseth

VD

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. Sex års arbete ligger bakom boken Detective Marketing och den metodik han utvecklat för att finna nya möjligheter i företag och organisationer. 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. Stefan har hållit hundratals föreläsningar och workshops i olika delar av världen för företag och akademiska institutioner.



Mats Andersson

Advisor

Ledare som VD, CEO och SO i internationella bolag och nationella med fokus på tillväxt och lönsamhet 15 - 20%. Har genomfört mycket lönsamma företags försäljningar och börsintroduktioner i USA, England och Sverige. Talar resultatets språk.



Zozan Bozarslan

COO

Lång erfarenhet från olika branscher med bred kompetens inom entreprenörskap, kommunikation, sociala medier, PR, marknadsföring, projektledning, utbildning, juridik. Genomfört internationella projekt.

Talar Doers flytande och sju andra språk.

Vi arbetar i nätverk med konsulter, experter och forskare. Beroende på uppdragsgivare och projekt. Därmed är vi fler och kan arbeta både med stora och mindre uppdrag.

För mer information kontakta Stefan Engeseth:



08 651 44 54

0704 44 33 54

www.DetectiveMarketing.com

www.Sharkonomics.com