

**Tolv mediekommittéer
driver på utvecklingen.**

Sid: 12

**Konsten att landa
sitt budskap på
10 000 meters höjd.**

Sid: 27



**Gör rätt saker, i rätt ordning,
i rätt tid. Niklas Forser
— din nya strategirådgivare.**

Sid: 5

TEMA: OFFENTLIGA
RUMMET

**Reklambyrån Forsman
& Bodenfors visar
dig framgångsreceptet.**

Sid: 20

**Ny rekommendation
för samarbete mellan
annonsör och reklam-
byrå. Sid: 4**



NO SMOKING FASTEN SEAT BELTS



Konsten att landa sitt budskap 10 000 meter upp i det offentliga rummet

Text: Suggu Waldner Foto: iStockPhoto

Klockan 07:05 på FlyNordics morgonflight mellan Stockholm och Oslo, höll författaren Stefan Engeseth en föreläsning på 10 000 meters höjd. I samarbete med flygbolaget bjöds de drygt 130 passagerarna på hans nya bok som ett oväntat och inspirerande tillugg till morgonkaffet.

Flygandet kan ofta innehålla en liten tupplur, men denna morgon blev det både ny bok och föreläsning till kaffet på morgonavgången. Författaren, föreläsaren och tusenkonstnären Stefan Engeseth stod för det annorlunda greppet. Af-färsresenärerna kröp högre och högre upp i stolarna medan föreläsaren iförd pilotmössa förklarade att han som tur inte är kapten på denna resa. Däremot den kreativa bokstavs-källan bakom boken "One – A Consumer Revolution for Business."

Merparten av boken är skriven i luften på hans resor då han ombord på ett flygplan känner sig som mest kreativ. Stefan Engeseth har en målande beskrivning av sin upphöjda tankesmedja och arbetsrum:

– Den tunna luften ger mig en lätt kreativ berusning.

Den nya boken är fullmatad med kreativa möjligheter i hur nya affärer kan landas, med hjälp av den rådande konsumentkraften. På frågor som – När såg ni senast en vd med

sitt företagsnamn tatuerat på armen? – blev det tyst. Vad gäller marknadskommunikation är Stefan Engeseth's signum att ta ut svängarna. Och att använda en flygmaskin som föreläsningssal var helt i linje med hans djärva sätt att tänka annorlunda.

Tomas Ahlsén, Försäljningschef på FlyNordic, är självklart mycket positiv till att hans luftflotta kan börja användas till ett ännu högre syfte.

– Vi tyckte det var en rolig idé och värdefullt för våra kunder att något annorlunda händer. Redan idag har företag som Debenhams visat sitt intresse för att inspirera passagerarna högt upp i luften där mobiler, e-post och annat informationsbrus är avstängt.

Samtliga resenärer ombord fick en bok i gåva av flygbolaget och författaren som bägge tycker om att prova det ogjorda. Alla landade med Stefan Engeseth budskap i bagaget.

–Stuta jaga era kunder och börja involvera dem.