

Arbete & ekonomi

Konsult efterlyser kreativitet

et
bänker-
sed 10,3
de med
ningen
ikunder,
ikunder,
ojänker
in andra
esmed-
taket in-

fr
pt styr-
procent
gnings-

530 000
s-Marie

äls för
ljare är
sälts för
riva AB,
sälts för
hao Bun

sälts för
son och
sälts för
ic Jans-
sälts för
Jessica
Latarina

6, har
Rodert.

740 000
ljare är
sälts för
msberg.

500 000
rgren,
30 kro-
är Karl

sälts för
Säljare
J kronor
son och
äls för
c. Sälja-

sälts för
ng, Sal-
78 000
mun.

"Man måste lära av kunden"

VÄRNAMO (VN) Nya tider kräver nya idéer. Stefan Engeseth är kreativkonsult. Härnärigen besökte han Värnamo. – För att Gnosjöandan ska överleva måste mer kreativitet användas, förklarade han.

Stefan Engeseth har ett gediget förflutet. Han har jobbat på Posten Sverige AB och med dess kunder, han har varit klotstränare, jobbat på reklambyråer och fått utmärkelsen Årets marknadsförare. Men det var som samarbarn i bland annat Reflede han lärde sig det viktigaste. – I Småland tänker folk enkelt och använder sunt förnuft. Man lever nära naturen och förstår hur den fungerar. Enkelhet skapar kraft. Det har jag tagit med mig i mitt yrke som konsult.

Detektiven Stefan Engeseth besökte Värnamo inbjuden av Marknadsföringen i Fjörredens. Infor en intresserad publik berättade han om sin egen metod för marknadsföring: Detective marketing.

– Man måste lära känna marknaden genom aktiva sökanden. I förklaringsglaset ser man nya kopplingar och möjligheter. Det handlar om tre saker: Timing, produktens värde och sammanhang. Med det första menar att ligga rätt i tiden, att se in i framtiden. Med "produktens värde" menas förstas värans mervärde, alltså vad som är viktigt för den utvalda målgruppen. Att välja rätt sammanhang för sin marknadsföring är också viktigt – vilket paradoxalt nog innebär att fel sammanhang faktiskt kan bli alldeles rätt.

Gnosjöandan Stefan Engeseth har under sin brokiga bakgrund bland annat sysslat med uppfinningar och ligt i produktion på småföretag i Småland. – Företagarna här är duktiga. Men det är också viktigt att ha humor och kunna vända på problem och finna nya lösningar. Han har sett hur småföret-



Sök obalansen. Fyll torget framför hotellet i Värnamo med alla barn som blivit till, tack vare att föräldrarna träffats på hotellets danskvällar. Vilken marknadsföring! Kreativkonsulten Stefan Engeseth menar att man ska söka det annorlunda på marknaden. Foto: CHRISTER NORDMARK

gandet blivit alltför beroende av storföretag som Volvo och Saab. På sikt kan det hota Gnosjöandan.

– Företagen borde hitta egna produkter som de kan marknadsföra under ett gemensamt varumärke. Fortfarande är ju Småland och Gnosjö starka varumärken.

Vad som saknas för att en sådan process ska komma igång, tror Stefan Engeseth är bland annat kompetens när det gäller kommunikation, design och logistik.

Marknadsföring Det finns många verktyg för marknadsföring. Det bästa är enligt Engeseth kunden. En röjd kund sprider reklam och har hög trovärdighet. – Man brukar säga att väljer

man sex rätta personer, så kan man via dem nå hela världens befolkning. Därför är det viktigt att sätta på rätt kundgrupp



Kaospilöt. Endast dina egna tankar kan sätta en gräns för skepnandet. Vänd och vrid på verkligheten och se vad ni finner, menar Stefan Engeseth.

och inte försöka nå alla samtidigt. Trendhouse i Värnamo är ett exempel på ett företag som job-

bar på rätt sätt. Till exempel anställer de personal som har många bekanta, vilket ger ringar på vattnet och sprider rätt budskap.

Kundnära Efter sin bok om Detective Marketing, kommer nu boken "One". Där går Stefan Engeseth vidare och diskuterar hur företaget ska kunna bli ett med kunden.

– Man måste lära av kunden och utvecklas tillsammans med kunden. Det är en ny värld som väntar.

Han tar operativsystemet Linux och musikskolningsprogrammet Napster som exempel. Båda utvecklade av kunder utanför de stora IT-företagen. – Lego är ett exempel på ett företag som lyssnar på kunder-

na. Man lät barnen utveckla nya modeller på internet, och sedan gjorde Lego sådana byggsatser.

Sök i nya banor Man måste våga tänka i nya banor. Stefan Engeseths uppmaning till företag är att bjuda in okända till mötena, söka obalanser, byta miljöer för mötena eller ta med barnen till jobbet.

– Jag bodde i mat på gamla Stadshotellet i Värnamo. Det har visst funnits i drygt femtio år. Där måste många par ha träffats och bildat familj. Orska så att alla barnen och föräldrarna kommer till torget framför hotellet. Vilken marknadsföring för hela regionen, eftersom befolkningstillväxten är en avsevärande framstudsfråga!

CHRISTER NORDMARK
christer.nordmark@kommunikation.se

Höga elpriser ger miljarder till kraftbolagen

STOCKHOLM (TT) Det peblat mellan 45 och 50 smått form ska hamna i vatten- 20 euro per ton. Sedan årsskiftet av den svenska elproduktionen marknaden som handeld med