



# Forum för talare

December 2003

## Peter Voors

### Forum för talare.

Under denna rubrik gläntar några av Sveriges mest anlitade talare på dörren till sina ämnesområden. Att lyssna på dem är tankeväckande. Ibland provocerande. Alltid engagerande

Talarforum förmedlar talare inom en mängd ämnesområden till företag och organisationer.

Vi vill i den här formen regelbundet förse er med tankeväckande artiklar skrivna av några av dessa talare.

Kanske inspirerar det till att kontakta oss för att få veta mer? - Gör gärna det på [www.talarforum.se](http://www.talarforum.se).

Mer information om det här nyhetsbrevet finns på [www.talarforum.se/nyhetsbrev](http://www.talarforum.se/nyhetsbrev). Där kan ni även säga till om ni inte vill ha fler nummer.

## Femtio procent nöjdare kunder!

### Reklam kan göras bättre

Å ena sidan producenter av kaffe får bara ut 20 öre för en kopp kaffe medan upplevelseindustrin lyckas ta ut över 20 kronor. Tricket kallas att "ladda en upplevelse", i detta fall mötet mellan två människor. Upplevelser kan skapas i alla industrier och de flesta är överens om att detta är ett av de mest intressanta sätten att driva tillväxt framöver.

” Advertising is the "wonder" in Wonder Bread  
J.Richards

Å andra sidan svenska företag satsade över 45 miljarder kronor i reklam på att "ladda upplevelser" förra året och tillväxten har i stort sett uteblivit. Vän av ordning kan börja undra vad det är för fel som görs.

### Det måste hänga ihop

En viktig utgångspunkt är att kundens upplevelse spänner över hela sälj- och marknadsföringsprocessen från segmentering, erbjudandepaketering, marknadskommunikation, försäljning, distribution och support. Om den inte är synkroniserad, faller upplevelsen i bitar. Den blir otydlig och inkonsekvent. Ungefär som en dålig film.

” The only way to know how customers see your business is to look at it through their eyes  
D.R.Scroggin

En grundförutsättning för att skapa en enhetlig kundupplevelse och därmed ökad sälj- och



Peter Voors

Peter Voors, säljriktad managementkonsult med omfattande erfarenhet av förändringsprocesser. Talare med skarpa och humor som har förmågan att vara positivt provocerande.

**För mer info om Peter Voors - klicka här.**

## Peter Voors

marknadsföringseffektivitet, är en identifierad och synkroniserad kundprocess. En synkroniserad kundprocess har en bärande idé, som samtliga aktörerna agerar i enlighet med och där framgången mäts i hur väl den bärande storyn har konverterats till konsumtion.

### **Organisationen splittrar**

Detta är svårt eftersom de flesta företag har en funktionell organisation och därmed splittrad kundprocess. Det är i och för sig inte fel att placera produktutveckling, marknadsföring, försäljning och support åtskilt. Det är en organisationsform som är tydlig och beprövat kostnadseffektiv. Den ställer dock krav på de externa rådgivarna att tydligt bidra till synkroniseringen.

### **Reklambyrån sviker**

Det har inte den viktigaste rådgivaren i kundprocessen reklambyrån gjort. Vad de har gjort är att flumma till kundprocessen och upplevelsefrågan och kalla det "branding". När det är som bäst bidrar det till att hitta den bärande idén, men när det är som sämst komplicerar det synkroniseringen. Få byråer har klarat av förflyttningen från reklam till upplevelsesynkronisering.

” Human beings, who are almost unique in having the ability to learn from experience of others, are also remarkable for their apparent disinclination to do so.

*Douglas Adams*

En reklambyrå har också tyvärr helt fel incitament för att driva den här frågan, eftersom ersättningen i många reklambyråkontrakt fortfarande är kopplade till mediainköpsvolym. Vi har aldrig hört talas om en reklambyrå som rekommenderar en minskad investering i marknadsföring, än mindre analyserat en omfördelning av resurser mellan de olika delarna i kundprocessen (t ex erbjudandeutveckling, säljkanaler, kundrelation).

### **Helhetssynen saknas**

Och vad saknas? Jo, genom att identifiera aktiviteterna i kundprocessen, kvantifiera deras kostnader och kontinuerligt mäta dem, skapas en helhetssyn och ett engagemang i hela organisationen. Det kanske är tråkigt, men det är avgörande för synkroniseringen. Först då kan nämligen mål för hela verktygslådan av upplevelser ställas upp och följas upp. Detta i sin tur är en förutsättning för sälj- och marknadsföringseffektivisering och därmed lönsamhet. Lönsamt för kunden och därmed i förlängningen lönsamt för reklambyrån.

” Efficiency is doing better what is already being done  
*Peter Drucker*

## Peter Voors

### **Femtio procent bättre?**

Å ena sidan, om en synkronisering uppstår, höjs verkningsgraden på reklambyråns unika kompetens, vilket är realiseringen av den bärande idén (storytelling). Kaffebönans resa från 20 öre till 20 kronor blir därmed en verklighet i fler industrier.

Å andra sidan, ett helhetsgrepp kring kundprocessen är inte bara en förutsättning för att skapa upplevelser, det kan direkt öka sälj- och marknadsföringseffektiviteten. Därmed får man till exempel en bättre effekt av de 45 mdr i reklaminvesteringar som görs årligen.

Vi har genom ett flertal uppdrag kunnat konstatera att man kan få upp till en femtioprocentig förbättringspotential genom att identifiera kritiska aktiviteter i kundprocessen och synkronisera dem.

### **Gnäll inte, gör något**

Reklambyråerna har sig själva att skylla för dagens situation. Några kommer att inse det och bli vinnare, andra inte.

” *Advice is what we ask for when we already know the answer but wish we didn't*  
Erica Jong

# Seminarier 2004

4 feb 2004, 13 – 16 Filmhuset, Stockholm.

## Man är precis så bra...



Talare: **Anders Wiman**

Är det så att varje människa är född med sina möjligheter och begränsningar? Anders Wiman är företagsledare, entreprenör och författare

- Vad har vi egentligen för potential?
- Kan vi lära oss förstå och använda vår potential?

Sagt av tidigare delegater:  
"Det här var det bästa jag hört!"  
"Tack! Jag både skrattade och grät."  
"Det blev en vändpunkt för vår arbetsgrupp."

**Förra tillfället  
fullbokat!**



TALARFORUM

18 feb 2004, 13 – 16 Filmhuset, Stockholm.

## 100 mil för att serva sin bil!

Sveriges populäraste bilmekaniker



Talare: **Joachim Due-Boje**

- Hur kommer det sig att många kunder kör långa sträckor för att serva sin bil hos Joachim?
- Lär dig hur du får nöjda kunder!

Några röster från tidigare seminariet:  
"Vansinnigt roligt och mycket tankvärt"  
"Briljant talare"  
"(...) det öppnade nya dörrar"

**Anmäl fem personer,  
betala för fyra!**



TALARFORUM

10 mars 2004, 13 – 16 Filmhuset, Stockholm.

## Mänskliga samtal



Talare: **Rigmor Robert**

Det finns många samtal i arbetslivet som kan upplevas som extremt svåra.

- Hur kan du klara dessa samtal på bästa sätt utan konflikt?
- Är du medveten om ditt eget agerande?
- Varför kan svåra samtal bli så bra?
- Lär dig förstå andras reaktioner!

Sagt av tidigare delegater:  
"Mycket bra föreläsare"  
"Fantastisk föreläsare!"

**Mer än 400 nöjda  
deltagare hittills!**



TALARFORUM

31 mars 2004, 13 – 16 Filmhuset, Stockholm.

## Framgångsrikt ledarskap

Lär dig att bli tydlig i ditt ledarskap!



Talare: **Dan Sehlberg**

Dan Sehlberg är vicekoncernchef för Citatgruppen (Bure Equity). Han talar om det Balanserade Ledarskapet och ger konkreta modeller och tips med färgstarka exempel.

- Ledarskapsverktyg 1: Omvärlds- och trendanalys.
- Ledarskapsverktyg 2: Kund- och konsumentmönster.
- Modeller, strategier för affärsutveckling och tillväxt.
- Ledarskap i förändring (Det Balanserade Ledarskapet)

**Anmäl fem personer,  
betala för fyra!**



TALARFORUM

11 mars 2004, 13 – 16 Filmhuset, Stockholm.

## Mod och Passion

Mannen bakom de årliga trendrapporterna



Talare: **Göran Adlén**

Gör dig redo att möta dagens och framtidens nya målgrupper.

- Hur kan du lyckas i en värld där traditionella konkurrensmedel inte längre räcker till?
- Vilka är de nya starka målgrupperna?
- Hur kan din organisation bli mer kreativ och passionerad?

Några röster från förra seminariet:  
"Utomordentligt!"  
"Mycket bra!"

**Anmäl fem personer,  
betala för fyra!**



T A L A R F O R U M

25 mars 2004, 13 – 16 Filmhuset, Stockholm.

## Synkronisera marknadsprocessen

Talare: **Peter Voors**

Peter Voors är betydligt mer fokuserad på resultat än rapporter. Han är en av Sveriges mest topprankade managementkonsulter inom sitt område!

- 45 miljarder satsade och ingen tillväxt!
- Konvertera Din marknadsstory till konsumtion!
- Unvik en splittrad kundprocess!

**Anmäl fem personer,  
betala för fyra!**



T A L A R F O R U M

23 mars 2004, 13 – 16 Filmhuset, Stockholm.

## Kan man tänka sig frisk?



Talare: **Nils Simonsson**

Nils Simonsson är kirurg och en mycket uppskattad talare som gör svåra ämnen till lättfattlig underhållning.

- Hur kan du maximera ditt välbefinnande i en stressig omgivning?
- Finn en balans i arbetet och privatlivet.
- Hur kan vi bli mer effektiva och samtidigt förebygga utbrändhet?

Sagt av tidigare delegater:  
"Man får en kick..."  
"Fantastisk föreläsare!"

**Över 250 deltagare!  
Anmäl dig idag!**



T A L A R F O R U M

21 april 2004, 13 – 16 Filmhuset, Stockholm.

## Offensiv stresshantering

Lär dig förebygga stress!



Talare: **Clas Malmström**

Clas Malmström arbetar tillsammans med en mängd olika företag med att ta fram utvecklingsprogram på individ- och gruppnivå för hållbarhet och tålighet när det gäller stress.

- Vilka faktorer avgör tåligheten för stress?
- Hur kan du långsiktigt upprätthålla en hög prestationsförmåga?
- Stärk din förmåga att tåla stress!

**Anmäl fem personer,  
betala för fyra!**



T A L A R F O R U M

22 april 2004, 13 – 16 Filmhuset, Stockholm.

## Det kreativa ledarskapet

Målstyr utan siffror, statistik och kalkyler

Talare: Cecilia Rydinger Alin

Tag tillfället i akt och lyssna till en av Sveriges mest framgångsrika dirigenter. Aktuell i TV under hela hösten.

- Hur kan du locka fram det bästa hos dina medarbetare?
- Hur kan du bli mer mottaglig för yttre impulser?
- Hur kan du själv bli ett kreativt verktyg?

**Anmäl fem personer,  
betala för fyra!**



TALARFORUM

1 april 2004, 13 – 16 Filmhuset, Stockholm.

## Styrfart: det optimala livstempot

En av Sveriges mest eftersökta talare!



Talare: Per Naroskin

Per Naroskin medverkar regelbundet i radio i egenskap av psykolog och privatpraktiserande terapeut.

- Rätt hastighet i livet ökar ditt manöverutrymme.
- Vidga ditt perspektiv och öka din kreativitet.

Sagt av tidigare delegater:  
"Roligt och tänkvärt."  
"Fantastiskt inspirerande!"

**Anmäl fem personer,  
betala för fyra!**



TALARFORUM

## Talar du?

Håller du anföranden i ditt arbete?  
Eller känner du någon som gör det?  
Då har vi något intressant att berätta.

Klicka här



TALARFORUM



## Snart är det jul...

... så varför inte ge bort ett av våra populära seminarier i julklapp?

Talarforums seminarier är synnerligen populära och välbesökta. Inom snart sagt varje ämnesområde har vi några av Sveriges främsta experter som delar med sig av sina kunskaper på våra öppna seminarier.

Ge bort en mycket uppskattad gåva till dina affärsbekanta, kunder, kollegor eller anställda.

För mer information, kontakta:

Alex Villman, tel 08- 545 535 04  
eller mejla till alex.villman@talarforum.se