



# Forum för talare

September 2003

## 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.

## Göran Adlén

### Mod, passion och lönsamhet

#### Bättre förr

Låt oss slå fast en sak från början. Det var bättre förr. Det var enklare, mer okomplicerat. Satsningar på reklam betalade sig snabbt. Satsningar på att bygga starka varumärken lyckades för de företag som hade pengar och inte gjorde alltför stora misstag. Produkter med läcker design urskiljde sig från mängden och blev framgångsrika. Kunderna var trogna, lojala och lättidentifierade. Företag som hade tillgång till mer och bättre information än konkurrenterna var vinnarna.

#### Sämre nu

Idag har vi ett överskott av information. Reklamens makt är försvagad. Det blir allt svårare att lyckas med nya varumärken. Gamla kända varumärken tappar i värde. Och idag blir allt designat. Oavsett produkt skall produkten kännetecknas av design. Det krävs nya konkurrensmedel och att företagen tänker om. Det krävs helt enkelt mod och passion.

#### Medel Svensson är död

Förr hade vi ett enkelt demografiskt landskap. En tonåring var en tonåring, lite rebellisk, men alltid följsam med de senaste trenderna. Far i huset skötte bilen och mor stod för maten och hushållet. Och vi hade vår kära medel-Svensson. En lättidentifierad, trogen och lojal kund.

Idag har vi ett helt nytt demografiskt landskap. Den följ-samme tonåringen har förbytts till en utpräglad



Göran Adlén

Civilekonom, pedagog, marknadsföringsguru. Engagerad och kunnig talare med massor av erfarenhet och budskap som framförs med estradörens tempo, passion och humor.

**För mer info om Göran Adlén - klicka här.**

## Göran Adlén

individualist. Uppfödd med en fjärrkontroll i handen och obegränsad tillgång till information sedan födseln. Konstant otrogen mot sina varumärken och hela tiden på jakt efter något nytt. Många av de grundläggande varumärkes- och kommunikationsteorierna bygger på långsiktighet. Nu måste man ställa om sig till ett mer kortsiktigt tänk. Vi kommer att se "fast burn brand" som bara lever en kort tid.

” Det är inte för att det är svårt som vi inte vågar, det är för att vi inte vågar som det är svårt”  
Seneca

### Pensionärer

Historiskt sett har marknadsföringen alltid inriktad sig mot yngre målgrupper, men på bekostnad av äldre. Mot breda grupper på bekostnad av smala. Nu går fyrtialisterna snart i pension, en målgrupp som äger mer än hälften av den samlade förmögenheten i Sverige. De kommer inte att spara, de vill konsumera. Borde inte företagen förbereda sig på detta enorma konsumtionsparty?

### Invandrare

Det finns knappt två miljoner första och andra generationens invandrare i Sverige. Med en köpkraft enligt Dagens Industri på 160 miljarder. Ändå försöker företagen inte sälja till dem. Kan någon fatta varför? När den persiska sångerskan Googosh var i Globen kom på två dagar 30 000 tusen perser. Ett svenskt företag fanns med bland sponsorerna, Posten.

### Homosexuella

Att de homosexuella är en köpstark målgrupp har man insett i USA. Som grupp har de högre inkomster, mer utbildning och ett annat intresse att pröva nya produkter och tjänster. Men hur många svenska ledningsgrupper har diskuterat aktiviteter riktade till de homosexuella? De går nog att räkna på ena handens fingrar.

” Att se vad som är rätt, men inte göra det, är brist på mod  
Konfucius

### Mer reklam?

Många företag har förlitat sig på reklamens makt. Mycket kampanjpengar, stora marknadsandelar. Men är det inte märkligt att alla talar om marknadsandelar, inte om vad de tjänar? Idag är reklamens makt kraftigt beskuren. Vi har helt enkelt fått ett överskott av information. Mycket av reklamens tankar bygger på en helt annan omvärld, när det fortfarande fanns en begränsning i individens tillgång till information.

## Göran Adlén

Idag är det annorlunda. Konsumenterna är mer medvetna, mer individuella. Det går inte längre att lita till varumärken, även om de är stora och välkända. Har de inte något extra i sig, lite magi, är de obehagligt nära sin egen död.

### Räcker det med design?

Design har blivit det nya modeordet för företagen. Detta till följd av att den traditionella reklamens makt har försvagats. Det finns dock risker med designen. Den världsberömda industridesignern Ross Lovegrove uttryckte sig så här: "Jag drömmer om industriprodukter som utvecklas utan någon tanke på funktion, som är tillverkade av estetiska skäl, för att inspirera och tala till människor. Jag tror vi behöver det mer än någonsin".

Men tänk om man plötsligt tar fram en vacker potatisskalare som det inte går att skala potatis med ...

### Jag är optimist

Tycker du som läst så här långt att den där Göran Adlén verkar vara en pessimistisk och dyster typ, som drömmer sig tillbaka till det glada 80-talet och inte ser dagens möjligheter. Låt mig en gång för alla slå fast: *Jag är optimist*. Men jag är samtidigt realist. Fortsätter företagen i gamla hjulspår får de problem.

### Mod

Men det kommer alltid att finnas möjligheter för entreprenörerna. Det som är modiga. Många gånger förknippas mod med våghalsighet och dumdristighet. Men vad är mod egentligen? För mig står Kronans cyklar för mod. Tänk att någon insåg att det går att bygga upp något stort kring en gammal militärcykel. Att våga tänka i nya banor. Att göra en cykel till reklambärare. Tänk att en gammal svensk militärcykel exporteras till USA. Det är mod!

” Framgång är aldrig slutgiltig, misslyckande aldrig livshotande, det är mod som räknas

W. Churchill

### Acceptera misslyckande?

Låt mig ännu tydligare peka på vad jag menar med mod. Ett holländsk callcenterföretag hamnade i en situation där de behövde anställa femton stycken medarbetare. Man gjorde en traditionell och konventionell annons. På den tuffa arbetsmarknaden lyckades man attrahera två stycken personer. Vad gör man nu då? Accepterar man detta faktum och sätter in samma annons en gång till. Nej!

### Tänk naket

En av medlemmarna i ledningsgruppen kommer plötsligt

## Göran Adlén

med idén att man kanske kan anställa nudister. Eftersom det handlar om ett callcenterarbete syns ju inte människorna utåt mot kunderna. En annons producerades med rubriken: "Har du alltid velat arbeta naken?" Nu fick man plötsligt åttio sökande. Konsekvensen blev att man har en påklädd avdelning och en avklädd! Det är mod. Att våga tänka fritt. Att inte vara rädd för att göra bort sig bland kollegor. Tänk att ställa sig upp på ett ledningsgruppsmöte och säga att man skall anställa nakna människor!

### Tänk nytt

Det finns så enormt mycket nytänkande i svenska företag. Saker som tyvärr aldrig kommer fram. Många gånger sitter idéerna hos personer man minst av allt anar. Personer som men nöd och näppe får äran att vara med på utbildningen eller föreläsningen. En person som arbetat femton år på ekonomiavdelningen kanske har den mest briljanta produktidén. Mod i min värld är inte dumdristighet. Mod är för mig att våga tänka i nya banor. Att kunna se affärsmöjligheter. Att skapa ett klimat på företagen så att idéer kan tillvaratas. Att få fram organisationens mod är en av ledarnas viktigaste uppgifter!

” Vanligtvis är jag mycket modig, fortsatte han med låg röst. Det är bara det att i dag råkar jag ha huvudvärk  
Lewis Carroll

### Passionen som smittar

Har du tänkt på vad passion är för något? Kärlek förstås, men även nyfikenhet på sin partner och kunskap om partners preferenser. Vad har nu det med näringslivet att göra kan man fråga. Jag hävdar att passion är den viktigaste egenskapen för att nå framgång. Ett företag kan satsa miljarder på marknadsföring, men är inte personalen passionerad i sin arbetsuppgift är det bortkastade pengar. Att vara passionerad handlar om att älska det man gör och visa det. Att leva sig in i uppgiften och att brinna för det man gör.

### Rabbla nyckeltal eller ...

Alla organisationer kan bli passionerade. Men det finns en viktig faktor. Att ledaren själv är passionerad. Jag möter många gånger företagsledare i samband med föreläsningar. De står på kickoffen och "rabblar" nyckeltal, nyckeltal och åter nyckeltal. Oftast i en stram kroppshållning i ett röstläge som kan söva små barn.

### ... vara passionerad

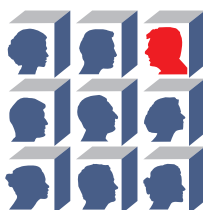
Bill Gates är passionerad. Ingvar Kamprad är passionerad. Richard Branson är passionerad. De har också lyckats skapa ett klimat på sina företag där passion ingår. Där intresset och kärleken till kunderna finns. Där medarbetarna hjälper varandra till framgång

## Göran Adlén

” *Jaga din passion, inte din pension*  
D.Waitley

### **Bry dig**

Men för att lyckas krävs det ledare som verkligen bryr sig om medarbetarna. För det är enkelt. Om ledarna bryr sig om medarbetarna, så bryr sig oftast medarbetarna om sina medarbetare och kunder. Och bryr sig medarbetarna om kunderna så skapas lönsamhet. Och skapas lönsamhet kan företaget våga vara modigt och göra annorlunda saker. Att lyckas kanske inte är svårare än så. Är det värt ett försök?



T A L A R F O R U M

## Aktuella Seminarier



### Seminarium med Susanne Fredriksson

#### "Balansera dig genom livet"

9 oktober 2003 • kl 13-16 • Lund  
19 november 2003 • kl 13-16 • Göteborg

Hur kan man hitta balansen i livet, när tidsandan ställer allt större och större krav? Vi vet många gånger hur vi ska uppnå jämvikt och balans, men att få kunskapen att nå vårt handlande är en helt annan sak.



### Seminarium med Staffan Hellgren

#### "Att leva i och med förändringar!"

27 november 2003 • kl 13-16 • Stockholm

Vi lever idag i en tid där ny kommunikationsteknik har i grunden påverkat vårt sätt att arbeta och att leva. Samtidigt som denna utveckling har bidragit till ökade möjligheter har den kanske också bidragit till att vi lite rand tappat fotfästet i tillvaron. Det gäller att ta vara på här och nu.

*Årets talare 2001*



### Seminarium med Anders Wiman

#### "Man är så bra man vågar tro om sig själv"

8 oktober 2003 • kl 13-16 • Stockholm

Är det så att varje människa är född med sina möjligheter och begränsningar? Eller är det så att vi alla bär på en oändlig potential som de flesta av oss aldrig lär sig att förstå, än mindre att använda?



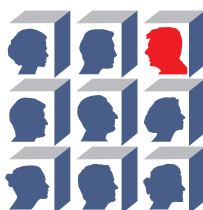
### Seminarium med Maria-Therese Hoppe

#### "Det är inte fantasi, det är framtid"

25 september 2003 • kl 13:30-16:00 • Stockholm

Vi gör en framskrivning av den nutid vi känner – men framtiden blir helt annorlunda än nutiden! Den enda konstant vi har är förändring.





T A L A R F O R U M

## Aktuella Seminarier

### Seminarium med Ingela Agardh

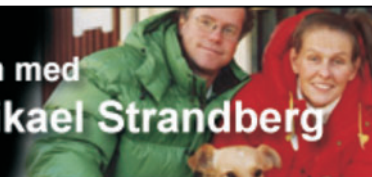


#### "Ingela Agardh i samtal med hemlig gäst"

12 november 2003 • kl 14:30-16:00 • Stockholm

Ett spännande möte med en intressant och aktuell person. Vem den hemlige gästen blir avslöjat till hösten.

### Seminarium med Titti & Mikael Strandberg



#### "Att motivera sig att göra det omöjliga"

29 oktober 2003 • kl 13-16 • Göteborg

Följ med på en spännande resa med två av Sveriges främsta upptäcksresande. Ett äventyrligt seminarium som vidgar dina vyer och ger dig inspiration och kraft att våga ta chanser i livet!

### Seminarium med Joachim Due-Boje



#### "Hundra mil för att serva sin bil!"

16 oktober 2003 • kl 13-16 • Stockholm

Det finns kunder som kör 100 mil för att serva sin bil hos Joachim Due-Boje. Låt dig inspireras av Joachim hur du tar hand om dina kunder, så att de förblir dig trogna.

### Seminarium med Rigmor Robert



#### "Mänskliga samtal"

15 oktober 2003 • kl 13-16 • Göteborg  
6 november 2003 • kl 13-16 • Stockholm  
13 november 2003 • kl 13-16 • Lund

Det finns många samtal i arbets- och privatlivet som kan upplevas som extremt svåra. För att klara av dessa samtal på bästa sätt, utan att förvärra situationen eller skapa konflikt, gäller det att vara medveten om sitt eget agerande och ha förståelse för andras reaktioner. Vad gör att en del svåra samtal blir så bra? Lyssna och lär av psykologen Rigmor Robert.

### Seminarium med Göran Adlén



#### "Mod & passion"

16 oktober 2003 • kl 13-15 • Lund

Följ med på en spännande resa i en galen värld där ingenting längre är sig likt. Ta del av de senaste trenderna och gör dig redo att möta framtiden. Tänkvard underhållning eller underhållande tänkvardheter. Seminariet skall ge något bestående. Något nytt. Det skall ge tankar och funderingar och framförallt ska det vara kul!