



# FREMTIDEN ER HER ALLEREDE

NAVNE  15. JAN 15 SKREVET AF CHRISTIAN W. LARSEN

The Smart Society er her allerede, men den slår endnu stærkere igennem i 2015 og fremad. Via 12 trends tager futuristen Anne Lise Kjær os igennem en mulig fremtid, som virksomheder bør navigere efter, hvis de vil geare sig til fremtiden.

Ikke en eneste fra C-level vil benægte, at digitaliseringen i en eller anden forstand skaber den fremtidige forretning.

Og at "forbrugeren er i centrum" i stort set alle markeds-offensive skaktræk. Problemet er desværre, at de færreste realiserer den indsigt.

---

Samtidig hævder flere Google-analytikere, at virksomheder med mindre end 40 pct. af marketing-investeringerne til digitale medier kommer for sent til bussen.

En af de førende futurister, danske Anne Lise Kjær, stifter af Kjaer Global og bosat i London, kommer til Danmark for at... kigge fremad. Som et minimum mod 2015, men også længere.

---

Hun vil bl.a. andet twistet legendariske Philip Kotlers 4P-mantra til sit eget: "People, Planet, Purpose & Profit", der på den ene side slår fast, at uden purpose går virksomheder galt i byen, ikke mindst over for Millennial-generationen, dem der snart sidder med pengene.

Omvendt er hun ikke naiv. Uden Profit, ingen virksomhed til at eksekvere sit Purpose. Anne Lise Kjær keynote-tale hedder "Navigating in the Smart Society", og det handler om at lime virksomhedens adfærd tæt sammen med kommunikationen. Nøgleordene er ærlighed, autenticitet, engagement og viljen

til at skabe fremtiden, ikke vente på den.

Den kommer jo alligevel, fremtiden, hvorfor så ikke sætte sit helt eget fingeraftryk på den?

## 12 meget vigtige trends

Det er synspunkter af den karakter, hun også har udviklet i bogen "The Trend Management Toolkit: A Practical Guide to the Future", der signeres og udleveres gratis til deltagerne på eventen "Digitale Kundeoplevelser", arrangeret af Directklubben under Huset Markedsføring.

For blot at nævne nogle af de elementer, Anne Lise Kjær vil drøfte er:

- The Internet of Things banker igennem støjturen i 2015, med anslået 50 milliarder connectede devices i 2020.
- Og disse værktøjer bør virksomheder bruge til at gøre en konkret forskel i menneskers liv.
- Det betyder, at multi-channel tilgangen til markedet er uomgængelig. Anne Lise Kjær viser med cases hvorfor.

Får vi noget helt konkret at vide den 29. januar, når du er her?

– Det kan du tro. Jeg vil bl.a. berøre de 12 vigtigste trends, der påvirker den måde, du bør udvikle din forretning på de næste 10-20 år. De trends baserer jeg på forbruger-indsigt, men inden du spørger, så ved jeg godt, at jeg ikke i detaljer kan vide, hvor forbrugerne står om 20 år.

– Men den model, jeg har udviklet, fanger antydningerne af den forbrugeradfærd, jeg påstår vil drive markedet i mange år fremad. Jeg glæder mig til at drøfte det med deltagerne på seminaret. Det skader jo ikke, at vi lærer af hinden, vel? Og det er i øvrigt også en af de tendenser, jeg mener er kommet for at blive, nemlig de relationer og partnerskaber, vi indgår i,

slutter Anne Lise Kjær.

*Læs mere om arrangementet, "Digitale Kundeoplevelser", der også bygger på læringen fra 2-dages konferencen "The Digital Customer Experience & Loyalty Tour" [her](#).*

---