

tankar om trender

DEC
2008



EN MILJARD FLUGOR KAN INTE HA FEL, – ELLER?

Igår började jag dagen med lite härligt knaperstekt bacon och en mjäll fin äggröra på tre ägg, med grädde och smör i.

TILL LUNCH HADE JAG bråttom så min fru Carin och jag fixade till något snabbt att slänga i oss. Vi åt lite varmrökt lax, sparris, en smarrig romsås med creme fraiche och majonnäs, och ett par skivor brie. Till middag lagade jag till fläsk med löksås gjord på riktig grädde (inget mjöl för redning) och till detta serverade jag blomkål istället för potatis. Efter middagen körde jag ett rätt hårt styrketräningsspass för axlar och bröst på gymmet. Men det ska ju inte gå! För att kunna träna måste du ju äta kolhydrater, det vet ju varenda människa. Det har vi ju hört sedan våra hemkunskapslektioner, att proteiner bygger muskler, kolhydrater är kroppens bränsle, och fett ska du undvika för det gör dig bara fet! Eller, lite fett ska du få i dig, men bara om det är fleromättat. Så sa hemkunskapsfröken, och så säger de stora kända bantningsprofessorerna anförda av den största bantningsprofessorn av dem alla, Stefan Rössner.

I TV-PROGRAMMET KALLA FAKTA, för några veckor sedan, avfärdade Stefan Rössner den metod som innehåller lite kolhydrater och mycket fett som fått namnet LCHF med: "en miljard flugor kan inte ha fel, ät dynga". Eller som han också sa: "man kan gå ner i vikt med hjälp av hallonbåtar också". Självt har jag sedan i början av sommaren provat och testat LCHF, en metod som i korthet innebär att man äter proteiner, mycket naturligt fett för ökad fettförbränning, för att få energi och lång mättnadskänsla, och man äter väldigt lite kolhydrater, där tanken är att det bara är farligt att äta fettets tillsammans med socker, för det är bara då det lagras på kroppen istället. Vågen pekar nu på -12 kg. Min sväger har gått ner 16 kg och min svärmor cirka 13 kg med samma metod som vi själva döpt till njutmetoden, inte fettdieten som media kallar den. Alla mår jättebra och känner sig pigga och starka. På bloggar intygar mängder av människor att de nu äntligen gått ner i vikt, och att det bästa är att de mår så mycket bättre så de vill fortsätta att äta så här.

SÅ FRÅGAN ÄR OM det är så lätt att bara avfärda en ny metod med de citat som professor Rössner gjorde i TV-

programmet, som egentligen handlade om huruvida de kända bantningsprofessorerna var köpta av livsmedelsbranschen. Och visst fanns det indicier i programmet som pekade i den riktningen. Men jag är kanske godtrogen, för jag tror att det handlar om något helt annat. Rädslan av att man har haft fel, och att någon annan hittat en lösning som man själv inte kommit på. Vi har faktiskt en gång trott, ja, inte bara trott, vi har varit helt säkra på att jorden var platt.

NORMAN MAILER kallade fenomenet i en bok 1973 om Marilyn Monroe, för *faktoider* - föreställningar som hålls för sanna, men som i själva verket är felaktiga. Andra kända faktoider är att man kan se kinesiska muren från månen, eller att barnafödandet ökar nio månader efter ett långt elavbrott. Tänk om de gamla kostråden också är en faktoid, och att vi om hundra år lägger in 1900-talets kostråd i samlingen av faktoider. Det kanske inte går att avfärda en ny diet med floskeluttalanden. För tänk om det är så att någon annan vet något som man själv inte vet.

SEDAN 2004 HAR JAG gett ut det här nyhetsbrevet för att du ska kunna tänka, reflektera och förhoppningsvis inspireras att tänka i nya banor. Jag är övertygad om att nyckeln till framgång är att våga prova nya saker och att våga säga, – jag har haft fel. Att vara ödmjuk och inse att man alltid kan lära sig något nytt. Men för att göra det måste man våga testa. Idag ska jag själv testa en riktig smarrig kycklinggryta med grönsaker, saffran och en hel del grädde, men utan ris eller pasta till! Sedan är det dags för ett rygg- och benpass på gymmet.

EN RIKTIGT GOD JUL och ett stort tack för att du läser mina tankar om trender!

GÖRAN ADLÉN

NÄSTA VAL I SVERIGE BLIR DET FÖRSTA SVENSKA PRESIDENTVALET

Är det verkligen så stor skillnad på Fredrik Reinfeldt, Pepsodent eller en BMW? Ja, det är en fråga som jag själv brottats med i planeringen av två föredrag som jag haft senaste månaden. Ena gången var jag föreläsare på Centerpartiets framtidskonvent. Vid det andra tillfället pratade jag efter middagen på Club Janzon, en grupp med rötterna från Täby-Moderaterna som startade för 35 år sedan. Den förstnämnda föreläsningen handlade om det personliga varumärket i politiken, och den andra om trender i politiken.

MIN SLUTSATS VAR att det inte är den minsta skillnad längre mellan en politiker och en konsumtionsvara. Det har inte minst Barack Obama visat i sin fantastiskt genomförda presidentvalskampanj. En kampanj som kommer att få många efterföljare och som kommer att prägla det politiska kampanjandet i hela västvärlden under de närmaste åren. Om man nu ska prata om kampanjande, och inte om ren och skär marknadsföring. För det är vad det handlar om, marknadsföring och uppbyggnad av det personliga varumärket.

VID NÄSTA VAL kommer fokus att flyttas från ideologiska värderingar och budskap, till att mer fokusera på personen som ska leda landet. Vi kommer för den ena sidan att se ett radarpar med Fredrik Reinfeldt och Anders Borg, och från de rödgröna kommer Mona Sahlin med sin vice-presidentkandidat. Vem detta blir är ju ännu inte säkert. Thomas Östros, Maria Wetterstrand eller vem hon nu ska välja står ännu oklart. Ett val som är lika viktigt som när John McCain valde Sarah Palin. Ett val som många politiska bedömare sa avgjorde presidentvalet. För tänk efter själv, vad skrevs om Sarah Palin? Jo, hennes brist på geografikunskaper främst om Afrika, och hennes klädinköp. Hennes klädstil kommenterades mycket mer än hennes politiska argument. Barack Obamas skickliga kampanj fokuserade mer på hans retorik och hans slogan "Yes we can" än på hans grundläggande politiska värderingar.

I NÄSTA VAL kommer vi att se samma tendens i Sverige. De två presidentkandidaterna Reinfeldt och Sahlin kommer att bedömas utifrån helt andra aspekter än deras politiska budskap. De kommer att bli bedömda utifrån hur skickligt de byggt upp sitt personliga varumärke. Hur de klär sig, hur bra de kan framföra sina budskap på engelska, hur sympatiska de framstår som, deras retoriska förmåga etc. Det kommer att handla om förtroendet för varumärket.

DE NÄRMASTE ÅREN kommer vi att se mycket mer av det personliga varumärket och hur man ska bygga upp ett starkt sådant. Och håll med om att det blir rätt intressant när man gör en bedömning av en politiker utifrån varumärkesgurun David Aakers teori och definitionen av varumärkeskapitalet: Varumärkets kännedom, varumärkets erinran, varumärkets uppfattade kvalitet och lojaliteten till varumärket.

DÅ RÄCKER DET inte för politikerna att tro att de kan vinna lättköpta poängar med att vara med i ett populistiskt tv-program. Nej, då kommer det att krävas gedigna kunskaper i branding och marknadsföring. För i nästa val kommer många fler bedömare att vara med och sprida information och disinformation om "presidentkandidaterna" på bloggar etc. De kommer att bedöma kandidaterna på ett annat sätt än tidigare och det kommer att bli allt mer viktigt att ha en genomtänkt marknadsföringsstrategi. Det vet Obama, och det kommer de svenska politikerna också att bli varse.

**DEN SOM LEVER
PÅ HOPPET BLI
ÅTMINSTONE
INTE TJOCK.**

TILLA DURIEX

DEN ÖDESDIGRA FURSTEFESTEN

Om du har varit på Gröna Lund eller något annat större nöjesfält någon gång har du kanske provat att slå ner de små grodorna som på ett enerverande sätt poppar upp ur olika små hål. Du ska slå ner dem med en klubba, men hur mycket du än slår så poppar de upp i nya hål. På samma sätt kommer nu anhängare av Machiavellis lära fram och vädrar morgonluft.

Jag har pratat om Machiavelli många gånger i tidigare trendrapporter och i nyhetsbrev. Men för dig som inte är bekant med honom, så skrev han år 1513 den berömda Fursten. En bok som under snart femhundra år diskuterats och debatterats, men också influerat miljontals chefer världen över. För att du ska få en känsla av Furstens innehåll så får du ett citat som i mångt och mycket speglar författarens tankar. "En man som vill visa sin godhet i alla handlingar går under bland dem som inte är goda".

Men varför kommer alla dessa fans av Machiavelli fram nu? Svaret är enkelt - Lågkonjunkturen. Det är då Machiavelli-fansen trivs som bäst. De är nämligen då de har chansen att åter få använda sig av sin ledarstil. En ledarstil som präglas i stort av att medarbetarna ska känna lydnad, rädsla, ja till och med fruktan för sin chef och för att förlora jobbet. För i Fursten står det som råd till cheferna: Var inte rädd för att bli fruktad. Fruktan skapar en bindning mellan dig och personalen. (Den här omskrivningen av råden i Fursten är hämtad ur den alldeles ypperliga sammanfattningen av Machiavellis läror av Martin Melin; Machiavelli för vår tid).

VI BÖRJAR MED ATT STÄLLA IN JULFESTEN

En av de första åtgärderna som görs är att ställa in julfesten, och självfallet kan personalen inte få någon julklapp i år. Därefter ska man visa handlingskraft och ta bort internkonferensen som var planerad i början av året. För hur skulle det gå om vi försökte ge inspiration och energi till medarbetarna? Det är bättre att visa på signalvärdet att vi är kostnadsmedvetna och ska spara på alla ställen det går. För även om det inte är kris, så kan det ju bli, resonerar Machiavelli-fansen.

För att ingen ska missa att det är lågkonjunktur så upprepas detta vid alla tillfällen som ges för personalen. Med bekymrad min berättar Machiavelli-fansen om de hårda tiderna och hur viktigt de är att spara så mycket det går. Ett budskap från Fursten som fansen har med sig är "det finns ingenting som förtär sig själv så som frikostigheten; medan du utövar den förlorar du möjligheten att vidare utöva den".

Även om det inte är uttalat så ska alla medarbetare känna en rädsla och den furste-influerade chefen ska visa handlingskraft. Fursten tror inte på sin personal fullt ut eller som det står skrivet i boken: "Människorna är så enfaldiga och så villiga att lyda det som ögonblicket bjuder, att den som bedrar alltid finner dem som låter bedras. Om

människor kan man i allmänhet säga att de är otacksamma, flyktiga och hycklande, att de flyr undan faran och att de är vinningslystna".

DEN FÖRÖDANDE KORTSIKTIGHETEN

Jag tror inte jag behöver förklara mer eller ge fler citat från Fursten för att du ska förstå vad jag menar. Machiavelli-fansens agerande kan bli ytterst ödesdigert för företaget. Visst, det blir kortsiktiga besparingar på papperet. Men blir det så i verkligheten? Presterar verkligen rädda, skrämde medarbetare mer med hot om besparingar bättre? Blir verkligen symbolvärdet av den inställda julfesten och den inställda internkonferensen den vinst som man önskade sig? Jag behöver väl knappast berätta för dig vad jag tror. Blir det inte så att de anställda istället tänker, har de inte råd med julfest, då är det kanske bäst att lämna företaget så snart det bara går? För snart är den här. Nästa kris.

För efter lågkonjunkturen går vi mot nästa kris: arbetskraftsbristen. Vi går in mot en jättelik generationsväxling där det kommer att bli en hård kamp om arbetskraften. Enligt många bedömningar kommer den att komma kring 2010 – 2011. Det är alltså nu man ska bygga upp arbetsgivarmärket och se till att bli den attraktivaste arbetsplatsen. Det är nu man ska peppa sin personal och satsa mer än någonsin på inspirerande internkonferenser. Det är nu man ska satsa allt på personalens trivsel. För när tar tränaren i exempelvis handboll time-out? Inte är det när laget leder stort och allt flyter på friktionsfritt. Det är när det händer något oförutsett. Det är då spelarna behöver peppning och motivation. Det är då man måste tänka annorlunda. Även om coachen skriker och skäller så gör han eller hon det för att motivera. Inte för att skrämma spelarna eller för att de ska känna fruktan för sin coach.

Jag har skrivit det förr och jag upprepar det igen. Vi går emot en furstedöd, även om Machiavellifansen vädrar morgonluft i alla lågkonjukturer, när de äntligen får chansen att uppträda auktoritärt bekymrade. För som sagt, vi går mot en mer lättflyktig arbetsmarknad och en tid av arbetskraftsbrist. De är då personalen lämnar Machiavellifansen och det för dem bara återstår att vänta på att nästa lågkonjunktur ska komma. Och under tiden de gör det kan de muttra med ännu ett citat: "Det är ett vanligt fel hos människorna att när solen skiner inte tänka på övädret".

NU BLIR DET RECENSION

Nej, jag har inte stavat fel och jag tänker inte heller prata om recession eller det ekonomiska klimatet.

Min avsikt är att prata om en ännu mer långsiktig trend, som tyvärr kan medföra mycket stora problem i framtiden, recensionen. Jag var med i nyhetsmorgon för en månad sedan, i ett relativt kort inslag kring min nya bok. En intervju som med andra ord inte skulle kunna föranleda några stora rubriker i tidningarna dagen efter. Det gjorde det inte heller, men bloggarna gick snabbt ut med sin recension. Någon tyckte jag var inspirerande, någon tyckte det inte. Någon tyckte att Tilde de Paula som intervjuade mig hade gjort ett dåligt påläst jobb och ställde tråkiga frågor, någon tyckte att hon hade gjort ett bra jobb. Ett programinslag som tidigare inte fått någon som helst uppmärksamhet bland tv-recensenterna, får nu sin recension i bloggossfären.

Efter mitt förra nyhetsbrev dök ett mail upp tjugominuter efter att det skickades ut. Han som skickade det var missnöjd med innehållet och tyckte det var substanslöst. (Rätt spännande med en reklamation av en gratistjänst) En timme senare kom ett tackmail om hur mitt nyhetsbrev gett en massa energi och inspiration. Nu kom det att handla om mig själv inledningsvis, och det är egentligen inte syftet, utan det är att beskriva hur samhället håller på att bygga upp två kategorier av människor. De som gör något, och de som tycker, kring vad andra gjort.

Det är så enkelt idag att skicka iväg ett mail. Det är så enkelt att skriva ett blogginlägg. Det är så enkelt att kunna gå in på eniro och bedöma en restaurang, en frisör eller en konferensanläggning. I det transparenta samhället har vi vant oss vid att det är enkelt att få göra vår röst hörd. Vi går in på tripadvisor.com och berättar vad vi tycker om hotell och resor. Över 20 miljoner tips, råd och omdömen finns på den sajten. Nya transparenta tjänster dyker upp hela tiden där man kan recensera hotellrum, flygplansstolar, restauranger etc.

En av våra mest kända komiker sa i en intervju: ”bloggvärlden hatar mig”. En annan känd komiker sa när vi pratades vid; ”jag börjar lessna på att bli bedömd hela tiden”. Och det är precis dit jag vill komma. Att till slut kommer detta transparenta recensionssamhälle att leda till likriktning och stor försiktighet. Man kommer att välja en mittväg för att man till slut inte orkar sticka ut mer. Det krävs mod för att sticka ut, och ett starkt självförtroende att få negativa omdömen på bloggare etc.

Det kan bli till slut som i USA där företag inte vågar göra saker av rädsla för att de ska bli stämde och tvingas betala gigantiska skadestånd. Här i Sverige handlar det inte om skadestånd, utan istället om rädslan att en större massa av människor bara ogillar det man gör. Och för att inte få kritik väljer många att undvika att göra saker, eller så gör man saker som sticker ut väldigt lite. Det jag har skrivit om här är egentligen ett mycket allvarigare hot mot vårt ekonomiska samhälle än det läge vi befinner oss i nu. För recessionen kommer att gå över, men det gör inte recensionen.

DUTELLIDUTTARBETANDE KURRIDUTTER

I min trendrapport 2006 kallade jag de personer som väljer att försörja sig genom många olika jobb för dutelliduthtarbetare. För ett tag sedan fick jag ett mail från en tjej som berättade att hon och hennes man levde precis på det sättet, och de trivdes alldeles utmärkt. Men nu hade de flyttat till en ö, och som hon sa: nu presenterar vi oss som dutelliduthtarbetande kurridutter.

BOOSTCAMP FÖR SÄLJARE

Jag inleder ett spännande samarbete med Hasse Olsson som äger Revenue Factory. Mer om vem han är och hans företag hittar du på www.revenuefactory.se. Vi kommer att erbjuda bland annat något som vi kallat för boostcamp, där vi under en intensiv dag som sträcker sig över tolv timmar, mixar seminarier, råd, tips och mycket handfast och praktiskt arbete kring försäljning. Vi kommer att ha fokus på hur man säljer till de nya kundgrupperna, och målsättningen är att säljgänget efter den här dagen ska känna sig hungriga, peppade och ha en massa nya leads att sälja på. Vill du veta mer om det här samarbetet och hur en boostcamp är upplagd så hör av dig till mig så berättar jag gärna mer. Jag ser fram emot det här samarbetet och tror att kombinationen av min kunskap om de nya kundgrupperna och Hasses gedigna kunskap om försäljning kan innebära något riktigt intressant, och inte minst klirr i kassan för våra deltagare efteråt.

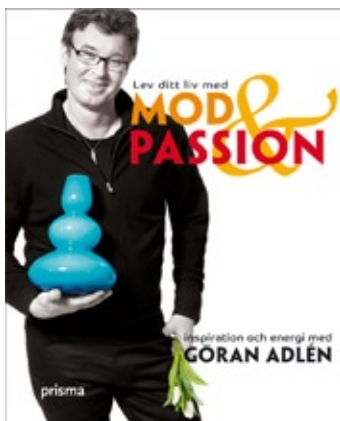
LÅGKONJUNKTUR LITTERATUR

Kan man må bättre av en bok? I England skriver man ut böcker på recept, ”books on prescription”. I Sverige forskar man kring ämnet på Karolinska sjukhuset. I en artikel om detta i Sydsvenskan nämndes min bok bland ”tänkbara böcker” för recept. Tänk vad häftigt att få veta att ens egen bok skulle kunna skrivas ut som recept för att hjälpa andra!

Min avsikt med mina böcker har alltid varit att du ska må bra, få inspiration och massor av energi. När jag skrev mina två senaste böcker var det brinnande högkonjunktur, men egentligen passar de som allra bäst nu, när det är lite smådeppigt och småtråkigt. Det är då man ska se till att i sig få lite mer energi och inspiration. Det är det som jag vill med mina böcker. Du ska bli glad och ha roligt. Samtidigt som jag vill att du ska få handfasta råd och reflektera själv.

Min nittonårige son hade lånat ut sitt exemplar av min senaste bok ”Lev ditt liv med mod och passion” till en något år äldre arbetskamrat. Han skickade vidare hennes tackmail till mig, och det hon skrev gjorde mig väldigt glad. ”Vilken fantastisk bok! Din far är värd allt i hela världen. He changed my life. För första gången på länge gick jag upp och tränade på morgonen. Jag är en ny människa. Helt fantastisk, han fick mig verkligen att tänka att saker är möjligt”.

Hoppas jag kan inspirera dig också!



Jag har tidigare sålt mina böcker själv. I år har vi valt att låta www.adlibris.se ta hand om försäljningen via nätet. Självfallet hittar du den och mina tidigare böcker också på andra boksajter och i bokhandeln.

Vill du däremot beställa mer än 20 böcker så kan du beställa direkt från oss på bok@adlen.nu. Då får du böckerna signerade också.



Boken **TIO TANKAR OM TRENDER** (finns även som DVD) baserar sig på den sjunde av mina årliga trendrapporter och gavs ut oktober 2008.

Den speglar aktuella trender inom ledarskap, arbetsmarknad, marknadsföring, marknads-kommunikation och globala trender. Den finns endast i begränsad upplaga, och kan beställas från www.trendrapporten.se

LÄS MER OM MINA BÖCKER PÅ www.adlen.nu

sifferexercis

I MÅNGFALDSSVERIGE

Jag brukar inte vara inne så mycket på statistik och sifferexercis i mina nyhetsbrev, men den här gången kommer rykande färska siffror från Ungdomsbarometern. Förra året så hade de ställt en del frågor kring skillnader mellan ungdomar som har två utlandsfödda föräldrar och svenskfödda föräldrar, vilket jag presenterade för drygt ett år sedan. Det här året har de ställt många fler frågor, och det är mycket intressanta resultat. I materialet finner man stora skillnader på både drivkraft, och hur man planerar sin framtida karriär. Jag ska inte gå in på mina tankar om bakomliggande orsaker, utan mer konstatera att om undersökningsresultaten faller i verkliga livet så kommer svenskt näringsliv att se annorlunda ut framöver.

Ett axplock från svaren i Ungdomsbarometerns undersökning hösten 2008

	Två utlandsfödda föräldrar	Svenskfödda föräldrar
Jag är mycket intresserad av studera vidare	60 %	43%
Jag är mycket intresserad av att göra karriär	62 %	47 %
Jag kommer absolut läsa vidare tre år efter gymnasiet	59 %	47 %
Helt avgörande för min framtida arbetsplats:		
- Hög lön	46 %	28 %
- Hög status att jobba där	25 %	10 %
- Stark företagskultur	17 %	9 %
- Möjlighet till snabb karriär	25 %	12 %
- Möjlighet att få bonus/provision	23 %	13 %
Jag vill jobba på ett stort internationellt ftg	39 %	27 %
Jag vill jobba på ett litet svenskt ftg	13 %	29 %
Jag tycker läkemedelsbranschen/bioteknik känns lockande	17 %	10 %
Jag tycker medier/tv/tidningar känns lockande	19%	24 %
Vilken av följande examina kan du tänka dig att läsa:		
- Läkare	20 %	12 %
- Psykolog	26 %	19 %
- Tandläkare	8 %	3 %
- Civilekonom	19 %	15 %
- Civilingenjör	23 %	21 %
- Djursjukvårdare	4 %	8 %

Slutsatsen man kan dra är att de ungdomar som har två utlandsfödda föräldrar är mer benägna att studera vidare, är mer karriärfokuserade, letar efter arbeten som ger status och möjlighet att tjäna mycket pengar. Gruppen planerar också att studera inom traditionella högstatusyrken. Bland de svenskfödda är det mer en dröm att arbeta i ett mindre företag och där mediebranschen känns lockande. Status är mindre viktig. Det är kanske dags att ta fram Wilhelm Moberg igen och läsa om Nybyggarna, och hur många svenskar som lyckades otroligt väl när de hade bosatt i det nya landet.

Mer om Ungdomsbarometern och hur de beställer den hittar du på <http://www.cosmos-com.se/ub/>

MEJLANDET BLIR RELIGIÖST!

Visst har mejlandet nästan blivit som en religion, med fanatiska utövare över hela världen. Men nu har faktiskt religionen på allvar gjort ett riktigt intåg i mailboxarna. Första advent sände nämligen St. Christopher Church i Hinchley Wood sin gudstjänst till hundra församlingsbor direkt i mailboxen live via voice-to-text. Nästa gång man gör en sändning direkt till prenumeranternas mailboxar är söndagen den 21 december. Bakom försöket ligger företaget Spinvox (spinvox.com). Onekligen en intressant idé att kunna hålla kontakt med församlingsbor på detta sätt, och tänk om detta skulle kunna vara en naturlig del på universiteten och skolorna, för att kunna följa lektionerna på avstånd. Här finns många intressanta applikationer och jag tror att vi bara är i början av den utveckling som vi kommer att se när det gäller voice-to-text.

MER ÄN EXHIBITIONISM

Jag har i mina trendrapporter och i tidigare nyhetsbrev haft och har en skeptisk hållning till den exhibitioniska ekologin och haft som budskap att företag måste våga välja fullt ut om man ska satsa ekologiskt eller inte. Inga halvmesyurer. I Singapore gör optikkedjan Nanyang Optical en lovvärd satsning där man satsar fullt ut på att göra kedjan helt ekologisk. Bågarna är helt "gröna" och de återvinner även gamla glasögon och bågar. Många av bågarna är gjorda av återvinningsmaterial utan material som innehåller bly, kvicksilver och kadmium. Man tar ett krafttag och profilerar om hela kedjan, och bygger om butikerna för att det ska bli mer "grönt". Bland annat har man lagt in nya golv av bambu. Jag är övertygad om att vi kommer se mer satsningar där man bestämmer sig fullt och fast för att ha en "grön" inriktning. Läs mer på www.nanyang.com.sg

GÖRAN ADLÉN

Trendanalytiker, författare och en av Sveriges mest anlitade föreläsare, arbetar som rådgivare till både mindre och större företag med framtidsfrågor. Göran genomför också skraddarsydda utbildningar. Han har tre år i rad nominerats till årets talare av Eventakademin. Han är också författare, och har skrivit tre böcker. Hans första bok kom ut 2005, "Framtiden är inte vad den brukade vara" (som blev utsedd till årets ledarskapsbok). 2007 kom han ut med boken "Konsten att bli något utöver det vanliga", en bok som handlar om det personliga varumärket. Görans nya bok, LEV DITT LIV MED MOD & PASSION, dök upp i bokhandeln i oktober 2008. I den kan du bl a läsa om hur du ska lyssna lite mer på dig själv och vad du själv vill. Sedan 2002 ger han ut en mycket uppmärksammande trendrapport - tio tankar om trender.

KONTAKT: Göran Adlén mobilfn 0708-56 02 93 goran@adlen.nu www.adlen.nu

NY FÖRELÄSNINGSSERIE: – LÄNGE LEVE LÅGKONJUNKTUREN

SÅ HÄR SKREV JAG I EN KRÖNIKA FÖR AFFÄRSLIV SOM GAVS UT AV ESKILSTUNAKURIREN I NOVEMBER: ” Det många gör instinktivt när det blir sämre tider är att försöka slimma organisationen och ta bort alla saker som kan bidra till nytänk och ett innovativt tänkande. Nej, för nu gäller det att spara in. Många drar in på personalkonferenser för att spara pengar, och det enda budskap som de anställda får från företagets ledning är att det går dåligt nu och vi ligger lågt. Men tänk tvärtom! Se istället lågkonjunktoren som det rätta tillfället att slå till. Se på ett linjelopp i cykel. När sker rycken? Jo, i de allra tuffaste passagera i bergen, i de kraftiga uppförslöpen. Det är då de starka cyklisterna ser sin chans, när deras konkurrenter har så mycket mjölksyra att deras ben är helt stumma. Det är då de starka och modiga cyklisterna sticker iväg och tar chansen. Lyckas de rycka, blir belöningen enorm. De får en rejäl lucka till konkurrenterna bakom sig. Så min uppmaning till alla er som nu drabbats av lågkonjunkturmjölksyra är, våga tänka som den målmedvetne cyklisten. Se möjligheterna när det är som tuffast. Våga. Lagg in en högre växel. Känn blodsmaken i munnen. Men tänk också på att efter den kraftiga uppförbacken så kommer snart plattare mark, och har du tur kommer en riktigt skön och lång nedförbacke efter ett tag.”

DET ÄR PRECIS DET HÄR SOM MINA NYA FÖRELÄSNINGAR HANDLAR OM.

Jag har valt att göra två varianter. En föreläsning som riktar sig mot alla på företaget där fokus ligger på motivation, men också kunskap om hur andra företag som har lyckats har gjort under tidigare lågkonjunkturer. Jag ger mina råd och förhoppningsvis massor av inspiration så man kan få bort ”lågkonjunkturmjölksyran” ur organisationen. I min föreläsning ”länge leve lågkonjunktoren för chefer” gör jag en variant där jag fokuserar mina råd till hur man som chef ska agera i tuffare tider. Hur man ska undvika att genom eget agerande förvärpa situationen och istället få med sig medarbetarna.

Vill du veta mer om ”**LÄNGE LEVE LÅGKONJUNKTUREN FÖR ALLA**” eller ”**LÄNGE LEVE LÅGKONJUNKTUREN FÖR CHEFER**” så hör bara av dig till mig: goran@adlen.nu



NÄR DET HANDLAR OM TUR, SKAPA DIN EGEN

Bruce Springsteen

LÄTT BEROENDEFRAMKALLANDE

Åsikterna går isär på bloggarna om *Spotify*. En del tycker det är det mest fantastiska som hänt. Andra är lite mer skeptiska. Denna musiktjänst som det har varit så mycket snack om, är nu sedan 7 oktober ute för allmänheten. För 99 kronor per månad kan man prenumera på hur mycket streamad musik som helst. Får du en invitation så kan du även prova gratisversionen, men då får du stå ut med lite reklamavbrott. Själv tycker jag tjänsten är lätt beroendeframkallande, och visar att musikbranschens aktörer helt enkelt måste hitta nya vägar för att lyckas framöver. Gå in och testa själv på www.spotify.com

SENASTE TIDEN

Spännande uppdrag

I november 2008 hade jag All Time High! En höst med riktigt mycket variation och stor spridning på uppdragen. Det är det som är så utmanande, att få tänka till kring alla nya ämnen, och inte minst att jag därute har mött optimism trots alla nattsvarta rubriker i tidningarna. Det är svårt att välja ut uppdrag men bland alla fantastiska och roliga uppdrag vill jag lyfta fram:

Turismforum 08 i Kiruna

Inför Norrbottens samlade turismsnäring hade jag chansen att dels få uppleva en fantastisk publik, men också att få se ett solbelyst Kebnekaise i ett helt molnfritt Kiruna.

Företagardag i Piteå

På allhelgonafton hade Företagarna samlat 80 företagare för en heldagskonferens där jag pratade om framtidens konsumtionssamhälle.

SVT

Jag hade den stora förmånen att för andra året i rad vara med som en av talarna under en strategivecka som SVT:s chefer har för det framtida programutbudet.

Stora personaldagen

Den 26 november mötte jag en helt otroligt inspirerande publik på Oscarsteatern. Under en heldag med blandade föreläsare, förutom underteknad, också David Lega, Klas Hallberg och Lill Lindfors, pratade jag om hur viktigt det är att våga, älska och springa lite mer.

Swedbank

har jag haft nöjet att göra två uppdrag för under oktober/november. Här har det handlat mycket om varför extremservicen är så viktig för kampen om kunderna.

Industrifondens årsstämma

Jag hade det stora nöjet att få avslutningstala på Industrifondens årsstämma på Clarion Sign. Mitt tema handlade bland annat om nya marknader och tillväxtbranscher.

Skånes ekonomidagar

På underbara Marienlyst i Helsingör hade jag den stora förmånen att få avsluta två dagars intensivt konfererande för de skånska kommunernas ekonomiavdelningar. Vilket underbart gäng! Jag kände mig själv full av energi efter en dag på jobbet!

Grant Thornton

Efter tre timmar med alla nya skatteregler inför mycket folk i Malmö Börshus föreläste jag om framtidens konkurrenskrafter och inte minst hur man bör tänka nu i lite tuffare tider. Det är väldigt skoj att få komma in som lite "udda fågel" på den här typen av konferenser.



Till alla mina trogna nyhetsbrevsläsare önskar jag en riktigt
GOD JUL & GOTT NYTT ÅR!

NÄSTA NUMMER KOMMER UT I JANUARI 2009

Vill du att fler skall få mitt kostnadsfria nyhetsbrev är det bara att anmäla sig på www.adlen.nu