

## Marknadsföreningen i Östergötland

### Verksamhetsberättelse för verksamhetsåret 2009

MARÖ - Marknadsföreningen i Östergötland - är ett nätverk för alla som har ett aktivt intresse för marknadsföring. MARÖ vill erbjuda sina medlemmar kompetensutveckling, samt ett forum för affärsmässigt och socialt nätverkande. Visionen är att bli det främsta forumet för marknadsförare i 4de Storstadsregionen. MARÖ är en förening knuten till Sveriges Marknadsförbund och ingår därmed i ett landsomfattande nätverk för marknadsförare, kreatörer och kommunikatörer.

Styrelsen för MARÖ - Marknadsföreningen i Östergötland - har under verksamhetsåret haft följande sammansättning:

**Ordförande** Joanna Sjölander

**V ordförande** Lisa Everhill

**Sekreterare** Jesper Stål

**Kassör** Christina Uhlin

**Ledamöter** Anders Björck  
Oskar Danielsson  
Peter Janefjord  
Dietmar Mök  
Martin Nihlén  
Fredrik Ringborg  
Ida Severin  
Patric Svensson

**Valberedning** Marie Ferntoft  
Linda Olofsson

## **Program 2009**

**Under verksamhetsåret 2009 genomförde MARÖ ett antal träffar i olika format enligt nedan.**

### **SEMINARIE – EFFEKTIVISERA DIN MARKNADSFÖRING MED STORYTELLING 2009-02-03, Linköping, Nationernas hus, kl. 17.30**

Alla kan inte berätta en historia, men alla vet vad en bra historia är. Storytelling är att berätta en historia som enkelt kan bli ihågkommen, som har ett tydligt budskap och lätt kan berättas vidare. Kan du hitta denna historia i dig själv eller i företagets verksamhet är mycket vunnet och företaget kan på ett enkelt sätt urskilja sig och höja sig över sina konkurrenter. På så sätt är storytelling ett strategiskt verktyg.

Emma Dennisdotter från Kalmar besöker oss för att berätta om fördelarna och hur vi enkelt kan använda oss av storytelling i vardagen för att särskilja oss och nå ut med vårt budskap. Kvällen inleds med MARÖs årsmöte. Välkommen!

### **SEMINARIE – SAMHÄLLSTRENDER 2009**

**2009-05-07, Norrköping, Pappa Grappa, kl. 17.30**

Vi lever i en tid av stora förändringar. Hur påverkas vi egentligen av dessa samhällsförändringar som människor och konsumenter? Och vad innebär det för oss som marknadsförare och kommunikatörer? Christina Cheng från Cheng/Alert Trendbyrå är trendstrateg och arbetar dagligen med konsumenttrender och varumärkesfrågor. Den här kvällen berättar hon om de genomgående trender hon ser i samhället. Missa inte detta spännande trendseminarium.

### **UTBILDNING – HUR FÅR DU FRAM DITT BUDSKAP**

**2009-05-11, Linköping, Nationernas Hus, kl. 15.00-17.30**

Välkommen till en eftermiddag där Torbjörn Andersson från företaget Retorikutbildning i Stockholm undervisar i konsten att nå ut med sitt budskap. Du kommer att få många konkreta tips om hur du bättre kan nå fram till dina lyssnare när du argumenterar och informerar, samt även hur du ska bli bättre på att bemöta osanna argument.

I utbildningen berättar Torbjörn bland annat om hur du fångar lyssnarnas uppmärksamhet och behåller den, varför vi är välvilligt inställda till vissa talare och hur du kan uppnå samma sak, hur kroppsspråket fungerar samt hur du lär dig att känna igen retoriska lögnar. Utbildningen varar i ca 2,5 timmar och kostar endast 490

kronor för medlemmar i MARÖ. Missa inte detta mycket förmånliga erbjudande. Icke medlemmar 700 kr.

### **AFTERWORK – EN BRA IDÉ**

2009-06-04, Linköping, Nationernas hus, kl.17.30

Det börjar närma sig sommar och semester. Kom och fira det med oss under lättsamma former på MARÖ:s afterwork. Christian Wahlberg från Almi kommer och berättar om innovationer. Vad kännetecknar egentligen en bra innovation och hur går man tillväga för att realisera och kommersialisera en bra idé? Fyll på med både ett intressant ämne såväl som något gott att äta och dricka. Välkommen till en trevlig och intressant försommarekväll med mycket mingel.

### **UTBILDNING - ATT LEDA KREATÖRER. Johann Zollitsch.**

10 september kl. 15.00–18.00, Lokal: Pappa Grappa, Pronova, Norrköping

När kreatören ska fungera i en kommersiell form tänder det ofta till. Två till synes motsatta önskningsmåls måste på något sätt samsas kring ett gemensamt mål – friheten att skapa efter eget huvud, kontra kundens önskemål och egna idéer. Vilket i praktiken innebär en aldrig sinande ström av kreativ kraft kontra en stram budget. Johann Zollitsch lär dig hur man hanterar kreativitet under tidspress och med många begränsningar. Det handlar om ledarskap mitt i värsta stormen. Och om att arbeta effektivt och samtidigt bevara vänskapen, trots snäva ramar och deadlines. Johann är en av Sveriges mest aktiva tv-producenter och manusförfattare med hundratals tv-avsnitt bakom sig. Han har lett upp till ca 150 personer i kreativa processer.

Senaste serien var "Oskyldigt dömd" med en budget på 50 mkr. Johann är också författare till den omtalade boken "Att leda kreatörer". Vill du leda kreatörer framgångsrikt, med din mentala och fysiska hälsa i behåll, så är denna utbildning ett absolut måste!

### **SEMINARIE – SINNESMARKNADSFÖRING: AVTRYCK PÅ KUNDENS INTRYCK.**

Niklas Broweus & Marcus van Dijk

8 oktober kl. 18.00, Lokal: Pappa Grappa, Pronova, Norrköping

Hur luktar Anderssons snickeri? Hur låter Frankfurts flygplats? Hur smakar en BMW? Minns du mammas bullar, eller doften av en nytjärad båt från sommarsemesteren -89? Kommer du ihåg hur kyrkklockorna väckte dig varje morgon på den där underbara alpsemesteren -96? Att ta vara på sinnenas upplevelsepotential är början på en ny marknadsföringsepok, där funktionella attribut och produktfördelar inte längre räcker till för att engagera kunderna.

Företag måste beröra på ett djupare plan genom att dofta, låta, synas, smaka eller kännas, för att få plats i kundernas medvetande. Niklas Broweus och Marcus van Dijk beskriver vad sinnesmarknadsföring är och går igenom strategier för de fem sinnen samt ger praktiska exempel på företag som arbetar strategiskt med sinnesmarknadsföring.

Föreläsarna är medförfattare till boken "Sinnesmarknadsföring" som blev utsedd till Årets Marknadsföringsbok 2008. Sinnesmarknadsföring är en föreläsning för dig som har tröttnat på att enbart använda ord och bild för att nå kunderna.

### **SEMINARIE - KAMPEN OM KUNDEN, Ulf Sjödin**

24 november kl. 18.00

Lokal: Nationernas Hus, Linköping

Ulf Sjödin är omvärldsstrateg och chef för Postens omvärldsanalys. Han hjälper Posten och deras kunder att navigera i omvärlden. På detta seminarie kommer Ulf att prata om distanshandeln som tar marknadsandelar från den fysiska detaljhandeln.

Om trenderna som påverkar detta och hur de kommer utvecklas i framtiden. Ulf berättar om dynamiken mellan kanalerna och varför kunden allt oftare väljer e-butiken. Hur gör e-handlaren för att hitta nya kunder och sälja mer till befintliga? Och vilka möjligheter har du att sälja dina produkter – idag och imorgon?

### **SEMINARIE**

#### **SÖKMARKNADSFÖRING – SE TILL ATT DU SYNS I SÖKMOTORERNA!**

Christian Sundgren

12 januari 2010 kl. 18.00

Lokal: Nationernas Hus, Linköping

Syns du inte, så finns du inte. Det är en sliten, men sann klyscha. Och faktiskt också vad som i all sin enkelhet försörjer otaliga marknadsförare, reklamare och säljare. Det gäller att bli hittad och sedd, att gå över tröskeln från varseblivning till upplevelse – mitt i en tät skog av mediala intryck. Föreläser gör Birgitta Nordström, Relevant Traffic Sverige. Relevant Traffic har även kontor i Frankrike och Spanien. Under 2008 omsatte man ca 180 miljoner kronor som fullserviceföretag inom sökmarknadsföring.

Birgitta föreläser om hur ditt företag kan använda sponsrade länkar och sökmotoroptimering för att nå fler kunder och därmed öka lönsamheten. Han presenterar de sökmotorer (t ex Google, Yahoo, Microsoft) som numera är kundens viktigaste verktyg för att hitta information. Med sökmarknadsföring och sökmotoroptimering hittar dina potentiella kunder enklare din webbsida, trots den täta internetskogen – och då finns du!

## Samarbetspartners 2009

### **Fjärde Storstadsregionen – samarbete med Marknadsbolagen i Norrköping och Linköping**

MARÖs mål stämmer väl överens med regionens och marknadsbolagens och samarbetet med 4:e storstadsregionen som sponsorer har fortsatt under året för att stärka MARÖ och därigenom Regionens image i Sverige.

### **Norrköpings Tidningar och Östgöta Correspondenten**

Ett samarbete med regionens största tidningar inleddes under året genom att dessa gick in som huvudsponsorer till Agda – Årets Marknadsförare i Fjärde Storstadsregionen.

### **Arkitektkopia, Linköping**

Ett samarbete har inletts även med Arkitektkopia, som sponsrar föreningens samtliga trycksaker, samt Agda - Årets Marknadsförare i Fjärde Storstadsregionen.

### **SEB, Linköping**

Ett samarbete har under 2008 inletts med SEB i regionen, där MARÖ får ett attraktivt medlemserbudande.

## Marknadsföreningens årliga fest och prisutdelningar

### **2009-03-12, Norrköping, Stadium Arena**

Årets stora MARÖ-fest bjöd på läcker mat, goda drycker, festlig underhållning, musik och dans samt mingel med regionens trevligaste människor i regionens nya arena. Vid galan deltog mer än 170 representanter från marknadsföringsbranschen. Galan blir större för varje år och intresset från branschen ökar. Vi har aldrig förr haft så många tävlingsbidrag vilket tyder på att det finns stor kreativ potential i regionen; det är just vad MARÖ vill lyfta fram med sin verksamhet.

"Årets Marknadsförare i Fjärde Storstadsregionen 2009" korades liksom vinnarna i tävlingskategorierna; Agda Annon, Agda Webb och den för året nya kategorin Agda Event. Dessutom delas priset för "Årets Marknadsföringsuppsats 2008" ut.

Östgöta Brandstodsbolag och Bond Reklambyrå blev utsedda till Årets Marknadsförare i Fjärde Storstadsregionen. **Juryns motivering:**

*"Denna framgångsrika kampanj skapar inte bara skicklig koppling mellan intern och extern marknadsföring, utan även mellan strategi och kreation. Strategin är genomtänkt med kommunicerbara mål och kreationen är enhetligt tydlig med gott hantverk i text och bild.*

*Avsändarens profil har på ett skickligt sätt förvaltats och samtidigt förädlats*

*till en ny nivå.*

*För en på alla sätt komplett kampanj tilldelas priset för Årets Marknadsförare 2008 – Agda Kampanj – Östgöta Brandstodsbolag i samarbete med Bond Reklambyrå.”*

Vinnare av "Agda 2008" utsågs av *Lennart Foss*, VD NT/Corren, *Elin Bronzén*, tf VD för Regionmarknadsbolaget, *Gerhard Ritzman*, Arkitektkopia, två tungviktare inom reklam; *Björn Borg* och *Bo Bergström*, samt *Joanna Sjölander*, ordförande i MARÖ.

Runner ups till Årets Marknadsförare blev Norrköping City med Teknomedia samt Stångåstaden med Markus Reklambyrå i samarbete med Linkin Media. Övriga nominerade var: Brandförsvaret i Norrköpings kommun med Brandförsvaret inhouse, BIL Sweden med Effect Reklambyrå, CTT Systems AB med Byrån i Tranås och Vadstena samt Linköpings kommun med Noc Webbyrå.

Segrade i övriga kategorier gjorde: Webb; Stångåstaden med Linkin Media i samarbete med Markus Reklambyrå. Annonc; Östgöta Brandstodsbolag med Bond Reklambyrå. Event; Volkswagen Group Sverige med BRG Marketing. Dessutom delades pris ut till "Årets Marknadsföringsuppsats" av Linköpings Universitet och SEB, som även sponsrade prischecken på 10 000 kr. Segrare blev uppsatsen "The human senses as a branding tool" av Sofia Niklasson, Lina Simonsson och Linda Värbrand.

### **Tendensdagen på Berns i Stockholm den 15 oktober**

En inspirerande heldag för dig som arbetar med marknadsföring och vill fylla på med kunskap. Ta chansen att lära från de bästa genom att lyssna till svenska och internationella talare på toppnivå och nätverka med ca 600 av Sveriges marknadsförare. Årets tema är "Authenticity and Transparency" och på programmet finns även kröningen av Årets Marknadsförare.

### **Pressaktiviteter**

Marknadsföreningen har under det gångna året fått publicitet vid utdelningen av Årets Marknadsförare i Fjärde Storstadsregionen.

## Övrigt

Under året har MARÖ satsat på utveckling av nätverket genom sociala media, företrädesvis Facebook och LinkedIn vilket har lett till större delaktighet och fördubblat antal aktiva.

Slutligen kan vi konstatera att föreningen vid årets slut hade 81 individuella medlemmar samt 18 företagsmedlemmar.

## Året som gick - Ordföranden har ordet

Vilken glädje det har varit att få leda MARÖ i tre år. Den energi som finns bland marknadsförare finns inte i många andra sällskap. Vi är inte bara kreativa, strategiska och taktiska; vi kan leda och kommunicera projekten hela vägen fram till resultat! Det tycker jag är en unik styrka. Dessutom all denna glädje i relationerna vi bygger och den inspiration och kunskap vi får vara delaktiga i; vilken härlig yra.

I mitt yrkesliv har jag visserligen också extremt kreativa relationsbyggare i kvadrat, men de flesta på Saab har en annan bakgrund. Här är man antingen ingenjör eller pilot om man säljer Gripen. Med två undantag. Den andra har jag rekryterat själv. (Behöver jag säga att vi är de enda av det andra könet dessutom :0)

Jag tycker att en mix av profiler ger det bästa resultatet. Har alla samma bakgrund är det risk att man kommer fram till samma slutsats och det är inte nödvändigtvis alltid den rätta. Kreativitet händer på riktigt i fora där man vågar ifrågasätta idéer och därmed göra dem ännu skarpare i en trygg miljö.

Men visst är det schysst att umgås med likasinnade. Ibland behöver man bli rätt förstådd, bekräftad, påhejad och inspirerad. Och det är just vad MARÖ är till för. Det är till för oss som jobbar med marknadsföring och kommunikation. Det ska stärka oss i vår roll och ge oss stöd för att förverkliga vårt dagliga värv. Jag hoppas att du instämmer!

Det har varit en härlig resa, om än bitvis strapatsrik och utmanande så mestadels spännande och konstruktiv. Var och en som har engagerat sig ideellt vet hur det är. Och har du inte gjort det än så gör det genast! Jag tycker att det känns mycket meningsfullt att kunna bidra till ett område man är genuint intresserad av och man får massor av energi från de likasinnade. Och vilket nätverk sen!

Efter fyra år i MARÖs styrelse, varav tre som ordförande, väljer jag att gå vidare och utforska ett annat område som jag brinner för och som känns viktigt och relevant just nu. Det är rätt i tiden för mig och det är rätt för MARÖ att få en ny ledare med nya idéer och ny drivkraft. Jag är helt övertygad att hon med hjälp av den nya styrelsen som kommer på plats på Årsmötet den 2 Februari kommer att göra skillnad under nästa år och ta MARÖ vidare mot visionen.

Det ser jag fram emot att se.

Vänner, vi ses i MARÖs vardagsrum även framöver. Och framför allt på Agda den 11 mars! Gå in på webben och anmäl dig till galan redan idag, [www.marknadsforeningen.info](http://www.marknadsforeningen.info).



Er avgående ordförande

**Joanna Sjölander**

**Ordförande MARÖ 2009**