

Hej, det här är Lisa Everhill. Jag ska vara ärlig. Syftet med det här månadsbrevet är till nittio procent att förmedla **tre saker** till dig:

1. I 4:e storstadsregionen finns enormt många duktiga marknadsförare och här skapas marknadsföring som gång på gång står sig i nationella jämförelser.
2. Det finns ett flertal både egoistiska, altruistiska och rent affärsmässiga anledningar att vilja tävla i marknadsföring. Särskilt i kategorierna kampanj, annons, webb och event och särskilt i den av MARÖ arrangerade tävling som tar emot bidrag fram till sista januari.
3. Den 12 mars, på Stadium arena i Norrköping, kommer en stor andel av regionens marknadsförare träffas för att ha riktigt riktigt kul och för att utse årets marknadsförare i 4:e storstadsregionen. Förhoppningsvis är du en av festdeltagarna.

De andra tio procenten av månadsbrevet då? Tja, en del vill jag ägna åt att försöka stärka bilden av MARÖ som ett relevant nätverk för marknadsförare och ett par procent åt att ge dig lite tips på vad du kan göra när du inte är på jobbet eller på något av MARÖs arrangemang.

Kreativitet – inspiration eller transpiration?

Ordet kreativitet kommer från det latinska ordet "creare" som betyder att skapa eller frambringa. Nyskapande alltså. Att inte gå i gamla hjulspår, att tänka utanför den berömda fyrkanten. Och vad kännetecknar en kreativ person? Vissa hävdar galen genialitet och vissa hårt och envist arbete. Edison, en av många erkänt kreativ person, ska ha sagt något i stil med att "det skapande geniet är resultatet av en procent inspiration och nittionio procent transpiration". En kombination av båda delar alltså, men övervägande hårt arbete.

En annan viktig aspekt av kreativitet skulle jag vilja påstå är självförtroende. Varför? Tja, håll med om att man med visst ångest måste fråga sig hur många kreativa idéer som hindrats från att blomma ut på grund av att omgivningen, redan innan de hör idén, bestämt sig för att den som kommit på den inte har förmågan att komma på något revolutionerande.

Vi har nu kommit väldigt nära förklaringen till att MARÖ fortsätter med Agda, med att kora regionens bästa marknadsförare i olika kategorier. Det går faktiskt att mäta kreativitet och det är relevant. Kreativitet handlar inte om en idé som mirakulöst infinner sig hos en halvgalen individ utan om systematisk, hårt arbete baserat på kunskap, erfarenhet och en viss gnutta mod. Följdaktligen är en byrå som koras som årets bästa marknadsförare med stor sannolikhet ett bra val för regionens många reklamköpare även nästa år. Sannolikheten är stor att de fortsätter leverera kreativa resultat.

Men tävlingen, festen och MARÖ som nätverk handlar lika mycket om att bidra till en miljö där kreativitet kan blomstra, där idéer inte ratas på grund av på förhand uppsatta normer. Vem som vinner är viktigt, men på längre sikt är Agda ännu ett av de verktyg vi använder för att skapa en miljö, ett forum, där kreativitet möjliggörs genom att exponera, analysera och diskutera marknadsföring.

I längden hoppas vi att detta ska nära ett fortsatt kreativt klimat i regionen. Bra marknadsföring sätter Fjärde Storstadsregionen på kartan helt enkelt och skapar förutsättningar för en än mer attraktiv, och lönsam, region och bo och verka i.

En höna med människoben går längre än andra hönor

Du som följt MARÖ de senaste åren, vet att både föreningen, tävlingen och festen genomgår en stark utvecklingsfas. Agda blir snäppet mer storslaget varje år och mediernas intresse för tävlingen och vinnarna blir definitivt större hela tiden. Att vara med och tävla är helt enkelt lättvinnlig uppmärksamhet för både byrån och företaget.

Låt mig nämna några exempel:

- Samtliga nominerade bidrag presenteras stort och brett på årets fest
- Vinnarna exponeras tillsammans i en helsidesannons i både Corren och NT dagen efter festen
- Lokala medier visar stort intresse för tävlingen

- Resumés mingelsidor kommer att rapportera från festen
- Vinnaren i kategorin kampanj får föreläsa på ett MARÖ-möte senare i vår
- Vinnaren av det stora priset går dessutom vidare till den nationella tävlingen som avgörs i Stockholm av Sveriges Marknadsförbund (MARÖ har de senaste åren nominerat två bidrag som vunnit hela tävlingen - Markus och LiU vann 2008 och Sectra 2004).

Detta är vad som kommer per automatik till er nominerade och till er som vinner. Den fulla potentialen av att vinna bestämmer förstås du och gränserna för din egen kreativitet.

En fullspäckad vår!

Vårens program är nu spikat och finns att läsa i sin helhet på hemsidan. Jag vill dock ta tillfället i akt att lyfta fram några personliga favoriter ur programmet redan här. Vi öppnar starkt den tredje februari då Emmi Dennisdotter, inrest från Kalmar, berättar hur storytelling kan användas som ett strategiskt verktyg i kommunikationen.

Lite senare i vår anordnar vi en hel vecka i marknadsföringens tecken. Sveriges marknadsförbund har tagit initiativet till Tendensveckan där marknadsföringen över hela landet samtidigt skapar uppmärksamhet kring marknadsföring. Syftet är att lyfta fram marknadsföringens centrala roll i företagets affärsverksamhet. Årets tema är regional utveckling och trender och här i Östergötland består programmet av lunchföreläsningar i både Linköping och Norrköping. Det här är en programpunkt som både du och din chef borde planera in...

Gå in på www.marknadsforeningen.info, läs hela programmet och planera in vårens träffar. Något ämne eller föreläsare du saknar? Vi tar mer än gärna emot förslag så tveka inte att skicka ett e-mail till oss.

Och så ett par förströelser...

Vansinnigt rolig hemsida: Den här sidan är dedikerad till knasiga kinesiska skyltar, förpackningar, kläder etc där bristande engelskkunskaper skapar väldigt rolig kommunikation: www.english.com

Halvny affärstidning för kvinnor i näringslivet: Skön blandning av mode, ledarskap, business, nöje och karriär: Passion for business.

Intressant bok: En bok som helt klart sätter den traditionella verklighetsuppfattningen i gungning genom att glänta på dörren till en autistisk barndom: En annorlunda barndom

Hoppas vi ses på MARÖ framöver och framför allt, hoppas vi ses den 12 mars och att vi då får beundra ditt bidrag som nominerat i någon av kategorierna kampanj, annons, webb eller event.

Med vänlig hälsning

Lisa Everhill

lisa@marknadsforeningen.info

MARÖ - Marknadsföringen 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.