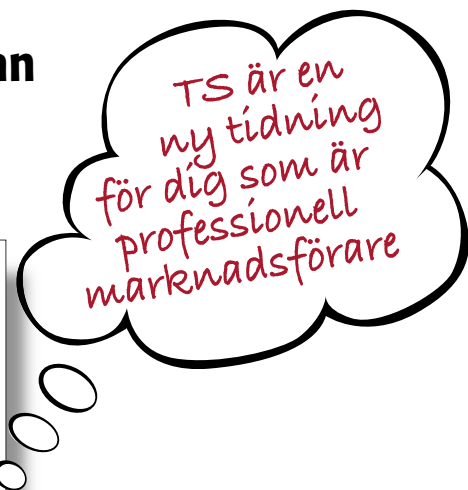


Du

som är medlem
i någon av Sveriges 30 marknadsföreningar kan
nu få prenumerera på Tendens Special.



För

bara 350 kronor
per år får du 6 nummer av tidningen. Tidningen
går exklusivt till Sveriges Marknadsförbunds
medlemmar som en del av medlemskapet och
det är därför bara du, som är medlem i en lokal
marknadsförening, som också kan få
prenumerera på tidningen.
Kravet är att du anmäler dig via din förening.

Sveriges enda tidning om marknadsföring

Välkommen till Sveriges marknadsförings nya tidning, Tendens Special. Sveriges enda tidning om marknadsföring och som når 10 000 marknadsansvariga på företag runt om i Sverige. Tidningen ska informera, roa och inspirera dig inom våra gemensamma älsklingsämnen marknadsföring, varumärkesbyggande och kommunikation. Så här har vi tänkt oss tidningen.

TRENDER & TENDENSER. 8 - 10 sidor med snabba nyheter från hela världen. Sidorna ska präglas av hög kvalitet

och täthet. Språket är rakt, effektivt och förtroendeingivande. Sidorna är tydligt vinjetterade så att man lätt hittar sitt favoritämne bland cirka ett tjugotal korta och längre artiklar, Via **PORTRÄTTET** möter du i varje nummer en aktuell person som har något oväntat, nytt eller tacksamt att berätta. Han eller hon kan också vara en av talarna på Tendensdagen som vi vill presentera lite mer på djupet innan du

bestämmer dig för att anmäla dig dit.

DOKUMENTET är tidningens eget prestigejobb.

Dokumentet rör sig över ett brett spektra av intressanta ämnen. Här analyserar vi olika säljmetoder, butikssystem och andra saker som påverkar oss i köpsituationen. Artiklarna bygger på forskarrapporter eller helt egen research. Kriteriet är lärande och fördjupning med hög kvalitet.

INSPIRATION Under den här vinjetten

samlar vi artiklar med nya begrepp, nya idéer och nya sätt att tänka. Vi hoppas att exempel på hur andra gjort också kan inspirera dig och dina medarbetare att våga tänka i nya banor.

NÄTVERKET Ett annorlunda personjobb som handlar om en intressant person. Det nya är att vi låter kolleger, kompisar och mentorer berätta om personen.

BAKOM KAMPANJEN Vi tittar i backspegeln och tar reda på hur marknadsförarna tänkte den gången det begav sig. Vad var problemen och vad ville man uppnå? Hur blev lösningen och vilket resultat gav kampanjen? Hopps du tycker att det vi berättat här låter intressant.

TENDENS SPECIAL – TIDNINGEN FÖR DIG SOM ÄR EN AV SVERIGES ALLA MARKNADSFÖRARE

