

ERHVERVSAKADEMI
AARHUS



DIPLOMFORLØB TRENDS I PRAKSIS



Lær, hvordan du hele tiden er et skridt foran forbrugerne

Trends sælger, engagerer, mobiliserer, skaber, udfordrer og forandrer. Trends påvirker alt omkring os. Det vi køber, bruger og anbefaler. De jobs vi vælger. Måden vi bor på. Der hvor vi rejser hen, og de valg vi træffer hver dag.

”Hvor kom det lige fra?”. Sådan oplever vi ofte, at en trend har overhalet os, og forbrugerne pludselig løber i samme retning efter noget nyt og spændende. Trends er hovedingrediensen i succes, og der er meget at vinde ved at lære at se trends før alle andre og vide, hvor forbrugerne vil løbe hen i morgen.

Om forløbet

På dette forløb uddannes du i at arbejde med trends i praksis. Du trænes i at bruge de rigtige metoder og se trends før alle andre. Du får effektive værktøjer til at indsamle og prioritere i den nye viden og omsætte den til handling. Du får et sprog til at kunne formidle og kommunikere trends. Og vigtigst af alt, så får du de afgørende kompetencer til at formulere og igangsætte værdifulde indsatser med afsæt i de spottede trends.

Dette diplomforløb er et samarbejde med Erhvervsakademi Aarhus og pej gruppen.

Diplomforløbet giver 5 ECTS point.

Tilmeld dig på
hjemmesiden





Det får du svar på:

- Trendanatomi – hvornår ved man, at der er tale om en trend og ikke blot en "døgnflue"?
- Trendtyper – hvad er en gigatrend, megatrend og mikrotrend? Og hvordan bygger man en trendmatrix?
- Hvordan opstår og spredes trends, og hvilken effekt har de i forskellige brancher?
- Hvorfor er tidsåndsforståelse et grundlag for arbejdet med trends?
- Hvilke styrker og svagheder er der ved gængse metoder til dataindsamling, databehandling, analyser, scenarieudarbejdelse mv.?
- Hvilke grundlæggende færdigheder og redskaber kan bringes til anvendelse?
- Hvilke processer og metoder benyttes til indsamling, oversættelse og formidling af trends til resten af organisationen?

Forløbet henvender sig til dig, der

- Arbejder med branding, marketing, kunderejser, innovation, produktudvikling, design, salg, service, eller blot er interesseret i at vide mere om trends
- Har behov for at tilegne dig et sæt færdigheder og metoder, der giver mening i arbejdet med trends – både på strategisk og daglig basis
- Vil skabe en mere smidig og forandringsparat kultur i virksomheden, afdelingen eller teamet
- Ønsker at styrke modet til at tage de første vigtige skridt til en succesfuld forandring



Undervisere



Louise Byg Kongsholm



Jill Hawkins



Sara Ingemann

Undervisere



Louise Byg Kongsholm

Louise Byg Kongsholm er pej gruppens ejer, administrerende direktør, chefredaktør, konsulent og trendforsker. Hun står blandt andet bag pej gruppens bogudgivelser 'Trendsociologi', 'Cross Channel 1 + 2', 'Total Ret@il' og 'Fra vugge til krukke' samt seneste udgivelser 'Retail Mega Mag nr. 1-4.

Hun er desuden chefredaktør på TID & tendenser, 365DESIGN, TØJ – Fashion & Business Trends, og hun skriver i en række eksterne magasiner, holder foredrag i både Danmark og Norge og citeres ofte i pressen som trendforsker med speciale i trends, forbrugeradfærd, detailhandel, mode og interiør samt fødevarer.

Undervisere



Jill Hawkins

Jill is 'The Future Thief', a British futurist specialising in creativity and identity.

She explores and anticipates these shifts amongst different cultures and generations around the world, helping global brands make a positive difference by designing for the worlds of their future consumers.

Jill will be guest lecturer on all courses (Herning/Aarhus and Copenhagen) and provides a 2-hour online presentation on trend research and her personal reflections on trends.

Undervisere



Sara Ingemann

Sara Ingemann har 15 års erfaring fra den danske mode- og designbranche, og hun har i mere end 10 år arbejdet med in-depth trend research, future insights, trendanalyser og konceptudvikling. I 2012 startede hun Atelier Cph med Mandy Rep, og hun arbejder i dag for flere danske og udenlandske mode-, design- og livsstilsbrands.

I løbet af sin karriere har hun været tilknyttet flere trendbureauer, som Trend Union, Fashion Snoops og pej gruppen.

Sara underviser en dag på det hold, der kører i København.



Tilmeld dig på
hjemmesiden



Pris & materiale

Et diplomforløb med 4 undervisningsdage og 1 eksamen

Undervisning af de stærkeste trendeksperter

Trendsociologi v. 3.0

Den ultimative grundbog: teoretisk, metodisk og praktisk arbejde med trends (værdi kr. 400,-)

1 års abonnement på TID & tendenser

5 fysiske udgaver, 1 ugentlig nyhedsmail, 1 billet til Kick Off seminar (værdi kr. 3.100,-)

Medlemsskab af netværket 'TrendsLateres'

Afholdes to gange om året i Aarhus

DKK 14.995,-

Prisen er ekskl. moms og inkluderer undervisning, fuld forplejning, undervisningsmateriale og eksamen.



Forløbsoversigt – nye hold



Adgangskrav, tilskud og praktisk info

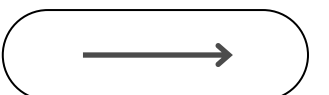
Tilskudsmuligheder



- Er din virksomhed medlem af en organisation tilknyttet en kompetencefond, kan du søge tilskud.
- Hvis du er faglært eller ufaglært, kan du få søge omstillingsfonden til din uddannelse på akademi- og diplomniveau med op til 10.000 kr. årligt.
- **Husk** at Omstillingspuljen er aktiv igen og det betyder, at medarbejdere fra virksomheder med en faglært og personer med korte og mellemlange videregående uddannelser til og med professionsbachelorniveau kan få tilskud til at efter- og videreuddanne sig.

Har du spørgsmål til tilskudsmuligheder kan du ringe til Bettina Arndt, chefkonsulent hos Erhvervsakademi Aarhus på tlf: 7228 6178

Tilmeld dig på
hjemmesiden





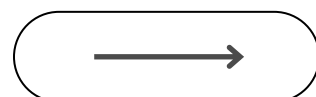
Optagelse

For at blive optaget på et diplomforløb skal du have 2 års relevant videregående uddannelse samt 2 års relevant erhvervserfaring. Alternativt andre uddannelsesmæssige forudsætninger, der kan sidestilles med adgangskravene.

Opfylder du ikke adgangskravene?

Du kan også blive optaget, hvis du har andre uddannelsesmæssige forudsætninger, der svarer til adgangskravene eller vurderes at have andre relevante kompetencer, der svarer til adgangskravene. Det afgør vi ved en individuel vurdering på baggrund af cv og motivation.

Tilmeld dig på
hjemmesiden



Fag og studieordning

Fag og studieordning, som forløbet bygger på:

- Studieordning i "Den Merkantile Diplomuddannelse"
- Fagbeskrivelse i "Kundeindsiger, trends og tendenser"

Undervisningsmateriale

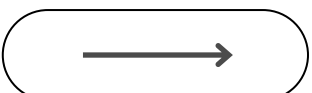
Den første undervisningsdag får du udleveret bøger og undervisningsmaterialer. Vi anbefaler, at du medbringer din egen computer eller tablet til undervisningen.

Eksamen og certificering

Forløbet afsluttes med en kort skriftlig synopsis og et mundtligt forsvar, typisk baseret på egen virksomhed. Forløbet "Trends i praksis" er akkrediteret med 5 ECTS-point på diplomniveau.



Tilmeld dig på
hjemmesiden



“



I believe that everyone needs to pay attention to trends, if they want to be relevant to the future. To be aware of them does not mean you have to follow them. It just means you will have a better idea of how the needs of your audience and the world they live in are changing, which will help your understanding of your place in it, and what you can offer to make their lives better. In my opinion, good trend forecasting is about spotting problems and helping to solve them.

– Jill Hawkins, Founder of 'The Future Thief' and keynote speaker at pej gruppen

”

Ofte stillede spørgsmål

Hvem er målgruppen for diplomforløbet 'Trends i praksis'?

Diplomforløbet er bredt og rammer alle, som ønsker at få en dybere forståelse af trends og hvordan de kan implementeres i deres virksomhed eller organisation. Det er relevant for dem, der arbejder med strategi, produktudvikling, konceptudvikling, kommunikation, markedsføring og lign.

Hvilke forudsætninger kræves for at deltage i forløbet?

Det kræver ingen specifikke forudsætninger at deltage i diplomforløbet 'Trends i praksis'. Det er dog en fordel at have interesse i trends og deres anvendelse i praksis. Blandt de tidligere deltagere har været designere, konsulenter, koncept- og produktudviklere, grafikere, undervisere, en sognepræst, en rekrutteringskonsulent og mange flere.

Hvordan er forløbet bygget op?

Undervisningen består af præsentation, samtaler to og to, gruppearbejde og individuelt arbejde med egen problemstilling til synopsis. Der vil være 2-3 undervisere knyttet til forløbet, men den primære underviser er Louise Byg Kongsholm. De første tre dage er med fuldt undervisningsprogram, den sidste dag er online med webinar med Jill Hawkins om formiddagen og individuel sparring på synopsis om eftermiddagen med den primære underviser.

Hvad er pensum?

Den første dag udleveres bogen 'Trendsociologi', og det angives, hvilke kapitler der skal skimmes vs. læses til hver undervisningsgang. Der er 2-3 timers læsning mellem hver session, da det ikke er alt i bogen, der skal læses. Derudover henvises der til diverse artikler og rapporter, der er tilgængelige til udarbejdelse af synopsis, men hvor langt fra alt indhold vil være relevant for alle.

Ofte stillede spørgsmål

Hvilke ressourcer har jeg adgang til under forløbet?

Under forløbet har du adgang til en række ressourcer, herunder bogen 'Trendsociologi', diverse artikler og rapporter i en fælles Dropbox-mappe samt slides fra undervisningen, som sendes pr. mail. Disse ressourcer er tilgængelige for at hjælpe dig med at udarbejde din synopsis og forstå materialet bedre.

Er der mulighed for at få feedback på min synopsis undervejs i forløbet?

Ja, der er mulighed for at få feedback på din synopsis undervejs i forløbet. Der vil være indlagt tid til individuel sparring med underviserne, hvor du kan få feedback og rådgivning til at forbedre din synopsis.

Hvad er en synopsis?

Du skal aflevere et skriftligt dokument på omkring 4 sider, der beskriver den problemstilling, som du har beskæftiget dig med undervejs i forløbet. Problemstillingen tager udgangspunkt i, hvordan du vil implementere trends i praksis i din virksomhed/organisation – enten som proces, som værktøj til produkt- eller serviceudvikling, kommunikation eller lignende eller hvordan du vil benytte din viden til at udvikle, forfine eller kommunikere/sælge varer og services. Synopsis sendes til underviser og censor inden eksamen, så de kan nå at læse det og være forberedt. Der er mulighed for at se andre studerendes opgaver undervejs i forløbet.

Ofte stillede spørgsmål

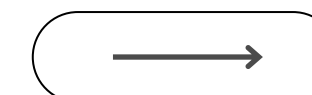
Hvordan foregår eksamen?

Der er sat 30 minutter af pr. eksaminand, og det er inklusiv goddag/farvel, opstart af computer mv., samt at eksaminanden skal forlade lokalet, der skal voteres, og eksaminanden skal have sin karakter. Altså er der reelt kun 20 minutter til eksamen, og de fordeles mellem 10 minutters præsentation og 10 minutters dialog.

Hvad sker der, hvis man er syg eller forhindret?

Hvis det kun er én ud af de fire dage, kan man stadig være med. Enten kan man deltage online på sygedagen, eller man kan få en individuel gennemgang af materialet, når man er rask. Hvis det er to ud af fire dage, anbefaler vi, at man rykker til næste hold.

Tilmeld dig på
hjemmesiden



Hvem har tidligere deltaget i forløbet?

- Marketingchef i køkkenfirma
- Selvstændig interiørdesigner
- Sognepræst
- Kommunikationsansvarlig i fagforening
- Emballagekonceptudvikler
- Indkøbschef for boligkæde
- Underviser fra designskole
- Forretningsudviklingschef
- Kreativ direktør i modefirma
- Instore-designer i stor kæde
- Stylist i stormagasin
- Visuel formidler i reklamebranchen
- SoMe-ansvarlig på universitet
- Projektleder i fødevarebranchen
- Butiksejer med livsstilsprodukter
- Brand manager i modevirksomhed
- Kategoriansvarlig i supermarkeds-kæde
- Markedsanalytiker i reklamebureau
- Art director i mediebranchen
- Leder af non-profit-organisation
- Markedsdirektør i rekrutteringsbureau
- HR-ansvarlig i stor organisation



Det siger deltagerene om forløbet



Lene Nørgaard

Marketing- og eventchef
Randers Storcenter

“Ny, kort, intens og meget brugbar uddannelse, som giver et godt kick til at få struktureret og synliggjort arbejdet med tendenser. Åbner op for mere struktureret filosofi i den kreative branche. Giver god indsigt til forskellige redskaber og værktøjer for bearbejdning af tidens trends, spotte – og understøtte dem. I forløbet kan der trækkes paralleller til din egen branche, så uddannelsen giver mening og kan straks overføres i dagligdagen. Anbefales til alle, som arbejder med beslutninger for fremtiden, uanset branche.”



Line Marie Jørgensen

Projektkoordinator

MCH A/S - Formland

“Jeg valgte at tage forløbet ‘Trends i praksis’ hos PEJ, fordi jeg altid har fundet det at forudsige trends interessant. Jeg har haft et utroligt lærerigt forløb, og jeg har fået mere med i rygsækken end jeg kunne have ønsket mig. Jeg er uddannet indenfor marketing og kommunikation, og jeg forventer at bruge den læring, jeg har opnået på forløbet, til at præcisere min kommunikation og de markedsføringsmaterialer, der skal udarbejdes til henholdsvis offline- og onlinemedier.

Når man kommer fra den kreative branche, hvor tingene går stærkt, er det rart at have fået nogle håndgribelige værktøjer, til at guide en på vej og til bruge i sit daglige arbejde. Udover et lærerigt forløb, hvor forståelsen for at trends er så meget mere end spådomme, møder man mange forskellige brancher på uddannelsen, og man får en unik mulighed for at netværke med mennesker, der kommer med mange forskellige baggrunde.”



Helle Dollerup Lyngaa Wegeberg

Art Director

Creative Circle

Jeg har gennem flere år arbejdet med trends, men nu er der kommet mere system i det. Jeg har fået værktøjerne til at gribe opgaverne anderledes an og trykprøve dem fra flere vinkler. Det skyldes bl.a. forståelsen for trendhierarkier og hvordan man kan arbejde med dem. At forstå hvorfra en trend opstår og bruge hierarkiet som et værktøj til planlægning og udformning af kommunikationen, så den bliver mere forståelig og håndgribelig for både én selv og modtageren.

Vi bruger det aktivt internt i vores virksomhed i vores arbejde med trends og formidling af dem og derudover også, når vores kunder efterspørger det. At kombinere uddannelsen med den erfaring og viden jeg havde i forvejen, har på mange måder klædt mig endnu bedre på til at udvikle både egen og kunders virksomhed.



Birgit Torkildsby

Regional Color Marketing Manager

Jotun LADY

Trends i praksis er et givende og lærerikt diplomforløp, hvor deltakerne loses kyndig gjennom et omfangsrikt pensum av Louise Byg Kongsholm. Her får du innsikt i og kunnskap om, hvordan og hvorfor trender i alle ulike bransjer henger sammen med tiden vi lever i. Du lærer også, hvordan du kan spotte signaler tidlig, for å være beredt til å ta de rette valg, lansere de rette produkter og ikke minst holde styr på hvem som er din målgruppe, og hva målgruppen ønsker og forventer. Du lærer metodebruk og prosesser – håndfaste og konkrete for et (for mange) "svevende" felt som trendanalyse og trendforskning. Diplomforløpet anbefales på det sterkeste for alle som befatter seg med trender på en eller annen måte; jobber med produktutvikling, sortiment, markedsføring, strategi eller kommunikasjon for å nevne noe.



Anne Ryvang

Commercial Communications Lead

Schibsted

Forløbet Trends i Praksis har udvidet min horisont, og givet mig værdifulde indsigter og perspektiver til mit daglige arbejde. Min kildeliste til trendinspiration og -formidling er blevet mange fordoblet, og jeg er fyldt op på inspiration og motivation for at introducere trendindsigter til min organisation på nye og forbedrede måder. Jeg kan kun anbefale alle at dykke ned i trendsociologien som supplement til de mere traditionelle kommercielle værktøjer indenfor livsstil-, reklame og retailbranchen.



Karima Andersen

Design Manager Lighting

Fritz Hansen – Architect MAA

Diplomuddannelsen 'Trends i praksis' har personligt givet mig kvalificerede værktøjer til at italesætte, eksemplificere og dermed argumentere for designfaglige beslutninger i mit daglige virke.

Jeg kan med andre ord, i hurtigere og højere grad, skære ind til essensen med et lingo, der bliver forstået og modtaget fordi budskabet tydeliggøres via teori knyttet til praksis.

Jeg oplever generelt en mere åben og lydhør respons omkring arbejdet med trends, hvilket var mit fokuserede mål fra start. På denne måde kan man vinkle, hvad man ønsker at få ud af forløbet, hvilket jeg synes er en styrke og gør uddannelsen relevant og brugbar.



Ann-Louise Grand Bjerrehuus

Senior Private Label
Manager
Salling Group

I mit arbejde med blandt andet brandstrategi, emballagedesign og udvikling er det vigtigt at kende til de trends, der eksisterer og hvilket niveau de er på, da det også giver bedre forståelse for forbrugernes adfærd. Jeg valgte forløbet 'Trends i praksis', da jeg havde brug for mere indsigt i, hvordan jeg kunne skabe øget forståelse for de tendenser, der rører sig samt, hvordan dette arbejde struktureres og bruges i praksis.

Forløbet har givet mig indblik i, hvordan trends og tendenser opstår og udvikler sig, samt hvordan disse vurderes og kan bruges på et mere praktisk niveau. De spændende foredragsholdere gav indsigt i deres arbejde med trends og tendenser til inspiration for min fremtidige trendforskning.

Forståelsen for trends er en vigtig vinkel at have med i sit arbejde, da det ikke er alting du kan læse i tal, men du behøver også forstå de små tendenser, der rører sig rundt i verdenen. Min kommercielle baggrund og trendarbejdet giver mig et stærkere fundament, når der skal træffes beslutninger i mit arbejde.

**Mette Møllnitz**

Head of Product & Design

Dencon

Hvor forbrugere løber hen, og hvilke trends der er vigtige at indfange i vores designs, kan ikke spottes ved at kigge ind i en krystalkugle, men er i stedet benhårdt arbejde.

At deltage i forløbet 'Trends i praksis' kommer til at ændre min designproces inden for møbeldesign væsentligt. Med den teoretiske viden, der undervises i, er jeg både blevet klogere på de ydre omstændigheder, som også spiller en vigtig rolle i, hvorfor trends opstår. Jeg har fået et sæt nye briller på til at kunne se og anskue verden meget mere objektivt end tidligere.

At der rent faktisk findes metoder og værktøjer til trendspotting, gør det at spotte trends i praksis meget mere håndgribeligt og har ændret mit syn på, at det ikke kun er designafdelingen, som skal trendspotte. Fremover vil jeg inddrage samtlige afdelinger i vores virksomhed, specielt omkring indsamling af data i researchfasen.

Fremover vil researcharbejdet forud for et designbrief blive mere struktureret, og vigtigst af alt: Hold øjne og ører åbne altid og hele tiden for derefter at kunne gøre brug af de tillærte metoder og værktøjer til det videre analysearbejde af tendenser og vigtigst, få dem videreformidlet og arbejdet med i virksomheden for at gøre os stærke inden for feltet og samtidig kunne forsvare de valg, vi tager i designprocessen og udviklingen af nye produkter.

Forløbet burde være et obligatorisk fag for alle, der arbejder inden for produktudvikling.



Anna Sofie Bank Erbou

Faglærer

Hansenberg

Trends har altid været interessante for mig som tidligere designstuderende. En verden fyldt med impulser og signaler, der skal tolkes og handles på. Som underviser i den grafiske branche, hvor tingene forandrer sig hurtigt, er det vigtigt at holde sig opdateret på, hvad forbrugerne ønsker, og hvilke teknologier der vil påvirke vores arbejde.

Men hvor finder man disse strømninger og trendbølger? Og hvordan indarbejder man dem i sin egen kontekst for at vurdere, hvilke der er værd at følge? Vi har længe søgt efter en praksis, der kunne tilføre værdi til vores arbejde som undervisere.

Diplommodulet 'Trends i praksis' har givet mig håndgribelige værktøjer til at arbejde med trends, ikke kun i min undervisning, men også på et organisatorisk niveau. Det handler om at holde øjne og ører åbne for signaler i samfundet og bruge disse værktøjer til at fange signalerne og konkretisere deres effekt. Undervisningen på modulet har været praksisnær, kort og intens, hvilket har passeret perfekt til at kunne igangsætte nye tiltag på arbejdspladsen. Vores elever har allerede draget fordel af de nye værktøjer og fået nye indsigter til at løse komplekse opgaver. Jeg kan klart anbefale dette til ALLE, der arbejder med udvikling af både produkter og services.



Trends i praksis: Q&A med Maria Helgstrand

**Vi har talt med én af de tidligere deltagere på 'Trends i Praksis'-
diplomforløbet for at få indsigt i hendes oplevelser, så du kan blive
klogere på udbyttet af forløbet.**

For dem, der stræber efter at kunne navigere i og omsætte trends til konkret handling og dermed være på forkant med fremtiden, har uddannelsen 'Trends i praksis' vist sig at være en værdifuld investering. Med 13 vellykkede hold, og en strøm af positiv feedback fra tidligere deltagere, er det tydeligt, at der er mange konkrete gevinster ved at deltage i forløbet.

På 'Trends i praksis' vil du blive trænet i at identificere de nyeste trends, anvende relevante metoder til at analysere dem og omsætte den indsamlede viden til konkret handling. Derudover vil du lære at formidle og kommunikere trends effektivt. Og vigtigst af alt, vil du opnå de nødvendige kompetencer til at igangsætte værdifulde initiativer baseret på de identificerede trends.

Vi har talt med én af de tidligere deltagere for at få indsigt i hendes oplevelser, så du kan blive klogere på udbyttet af forløbet.

Q&A med Maria Helgstrand, founder & creativenut at Walnut Design Studio

Hvorfor tilmeldte du dig forløbet 'Trends i praksis'?

Jeg har været medlem hos pej gruppen i mange år og synes, at Louise er inspirerende. Der er hos pej gruppen altid blevet sat ord på de fornemmelser, som jeg selv havde opsnappet i adfærd, forbrug mm. Tanken om selv at kunne bearbejde og formidle den viden appellerede til mig.

Hvad var dit formål med at deltage i forløbet?

Mit formål med at deltage i forløbet var at lære metoder til at arbejde med trends og til at pakke koncepter ind, så de kan kommunikeres tydeligt og salgbart. Samtidig var det også et ønske at udvide mit professionelle netværk.

Hvad fik du ud af forløbet?

Under forløbet fik jeg læst en masse litteratur, lært metoder til at arbejde med designstrategier, og så bruger jeg fortsat mange af de forskellige relevante fremtids- og trendsites, som Louise introducerede os for. Bedst af alt, så gav det mig også værktøjer til at kunne præsentere koncepter for vores kunder, så vores ideer kunne blive gennemført. Derudover har det givet mig en faglig selvtillid i, at alt det, jeg interesserer mig for og opdager af tendenser, har værdi. Det har stor værdi både for mig personligt og for min virksomheds bundlinje.

Hvordan har du implementeret læringen fra forløbet i din hverdag?

Det skete helt naturligt, fordi det gav så meget mening i forhold til at designe koncepter og strategier. I stedet for blot at antage, når vi skal vælge designretning, handler det nu om at basere vores valg på en stærk designmanual. Det holder den røde tråd gennem lange beslutningsfaser og giver både en fabelagtig designproces og fantastiske slutresultater med glade kunder.

Hvad var det mest værdifulde ved forløbet for dig personligt?

En tro på at jeg kan bearbejde, formidle og sælge dét, der foregår oppe i min ret så krøllede hjerne.

Vil du anbefale dette forløb til andre?

Ja, bestemt!

Hvilke tips vil du give til dem, der overvejer at tilmelde sig forløbet?

Go for it! Det er fedt og udviklende. Når man arbejder med design, kan det til tider for andre virke lidt "fluffy". På 'Trends i praksis' lærer du at argumentere for designkoncepter og -strategier med stor tyngde, og det giver ro på beslutningstagere og processer.

Maria Helgstrands erfaringer er blot én af mange, der illustrerer, hvordan forløbet kan styrke dine kompetencer inden for det at arbejde med trends. Hendes erfaringer viser, hvordan forløbets læring kan omsættes til praksis og således bidrage til konkrete resultater.



Trends i praksis: Q&A med Julian Schierbeck

"Min kollega og jeg tilmeldte os forløbet med baggrund i et ønske om at efteruddanne os til bedre at kunne forstå og integrere trends i vores strategiske beslutningsprocesser."

Trends sælger, engagerer, mobiliserer, skaber, udfordrer og forandrer. Trends påvirker alt omkring os. Det vi køber, bruger og anbefaler. De jobs vi vælger. Måden vi bor på. Der hvor vi rejser hen, og de valg vi træffer hver dag.

”Hvor kom det lige fra?”. Sådan oplever vi ofte, at en trend har overhalet os, og forbrugerne pludselig løber i samme retning efter noget nyt og spændende. Trends er hovedingrediensen i succes, og der er meget at vinde ved at lære at se trends før alle andre og vide, hvor forbrugerne vil løbe hen i morgen.

Netop dét, bliver du trænet i på diplomforløbet ’Trends i praksis’ ved pej gruppen og Erhvervsakademi Aarhus. Her uddannes du i at arbejde med trends i praksis. Du trænes i at bruge de rigtige metoder og se trends før alle andre. Du får effektive værktøjer til at indsamle og prioritere den nye viden og omsætte til handling. Du får et sprog til at kunne formidle og kommunikere trends. Og vigtigst af alt, så får du de afgørende kompetencer til at formulere og igangsætte værdifulde indsatser med afsæt i de spottede trends.

Vi har talt med én af de tidligere deltagere for at få indsigt i hans oplevelser, så du kan blive klogere på udbyttet af forløbet.

Q&A med Julian Schierbeck, Strategy Manager hos Egmont

Hvorfor tilmeldte du dig forløbet 'Trends i praksis', og hvad var formålet med tilmeldingen?

Min kollega og jeg tilmeldte os forløbet med baggrund i et ønske om at efteruddanne os til bedre at kunne forstå og integrere trends i vores strategiske beslutningsprocesser. Vi ønskede at sikre et mere langsigtet fokus på forbrugertrends i vores corporate strategi team.

Hvad fik du ud af forløbet – konkrete eksempler gerne?

Det mest værdifulde, jeg fik ud af forløbet, var en forståelse for kortsigtede vs. langsigtede trends (mega, mikro osv.), og hvordan man spotter dem. Helt konkret har jeg kunnet anvende denne viden i udarbejdelsen af markedsanalyser i Egmonts forretninger – f. eks i vores biografdivision.

At kunne skelne mellem de forskellige trends – og i det hele taget at kunne spotte dem – har hjulpet os med at træffe mere informerede beslutninger.

Hvilke konkrete redskaber eller teknikker har du taget med dig fra forløbet?

Jeg har især taget teknikkerne til at identificere og klassificere trends med mig – for eksempel at skelne mellem de forskellige typer af trends – mega/mikro, døgnfluer osv.

Vil du anbefale dette forløb til andre? Hvis ja, hvorfor?

Ja, absolut. Forløbet er særligt relevant for folk, der arbejder med forbrugeranalyser og forretningsudvikling. Det giver en dybere forståelse af, hvad der rører sig i markedet, og hvordan man kan bruge denne viden strategisk.

Julian Schierbecks erfaringer er blot én af mange, der illustrerer, hvordan forløbet kan styrke dine kompetencer og dermed bidrage til din virksomheds succes. Hans erfaringer viser, hvordan forløbets læring kan omsættes til praksis og således bidrage til konkrete resultater.

Kontaktinformation



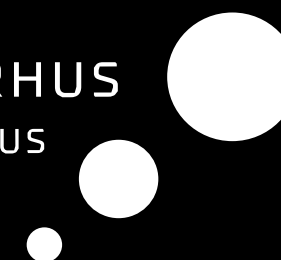
Louise Byg Kongsholm
Administrerende direktør
pej gruppen
Tlf: 9711 8900



Bettina Arndt
Chefkonsulent hos Erhvervsakademi
Aarhus
Tlf: 7228 6178



ERHVERVSAKADEMI AARHUS
BUSINESS ACADEMY AARHUS



Tilmeld dig på
hjemmesiden

