



Ex Ante träffar rätt

Sex gånger om året träffas EFLs olika nätverksgrupper för att bli uppdaterade, berikade och ibland till och med lite omruskade. – Jag missar inte gärna en träff, säger Cecilia Hagert i gruppen Ex Ante Marknad.

En efter en droppar deltagarna i nätverksgruppen Ex Ante Marknad in i EFLs lokaler vid Ideon. Det märks att de känner varandra. Glada leenden och småprat fyller rummet medan deltagarna tar kaffe och frukt från ett uppdukad bord. Klockan är 16 och det är dags för höstens andra träff med EFLs nätverksgrupp EX Ante och ämnet är minst sagt utmanande: "Har du koll på din kund?". Många av oss vill säkert svara ja, men är det baserat på vad vi tror eller vad vi vet? Ett av världens största kundundersökningsföretag GfK ska visa oss hur vi skaffar oss kunskap om kunden och hur vi kan använda den för att utveckla vår verksamhet.

–Det fina med Ex Ante är att träffarna ger fördjupning och mynnar ut i konkreta resonemang. Vi är en rätt garvad grupp som är här, så det räcker inte att bara skrapa på ytan. Kopplingen till den akademiska världen ser jag som en

garant för en viss nivå. Jag lär mig något nytt varje gång, antingen av föreläsarna eller av de andra deltagarna som delar med sig av sina erfarenheter. Det är oerhört berikande, säger Cecilia Hagert, som är marknadschef på Malmö Airport.

Träffen dras igång av moderator Jörgen Adolfsson. Han är doktorand vid Ekonomihögskolan i Lund och levererar den teoretiska konsekvenskedjan från kundvärde till lönsamhet. Alla nickar instämmande. Så långt är vi med. Sedan kommer frågan näringslivet får svara på: Hur får vi veta vad kunden värdesätter?

–Nätverksträffarna ska fungera som en brygga mellan akademi och näringsliv, och berika varandra, förklarar Ylva Böckman, projektledare på EFL.

Erfarna föreläsare
Föreläsarna på nätverksträffarna är alltid framstående forskare eller ledande

personer från näringslivet. Syftet är att ge deltagarna både djup och bredd inom aktuella ämnen. När Peter Nilsson från GfK visar hur ett försäkringsbolag genom att ta reda på vem deras kund egentligen var lyckades vända röda siffror till svarta, förstår vi att GfK vet vad de pratar om. Cecilia Hagert uppskattar deras handfasta exempel.

–Verkliga case ger mer än bara teorier, eftersom du kan relatera till situationen. Jag fick flera tankeställare bland annat hur viktigt det är med en relativt snabb process mellan undersökning och förändring. Undersökningarnas dubbla nytta blev tydlig. Kunden känner att vi bryr oss om, och vi får svart på vitt veta vad som är relevant för lönsamheten, säger hon.

Dynamik i gruppen
Alla i gruppen på cirka 25 personer arbetar inom marknad, men har olika

funktioner och erfarenheter. Det är samma grupp som träffas varje gång. Idag är det ca 20 av gruppens medlemmarna som deltar.



Bildtext: Cecilia Hagert - marknadschef på Malmö Airport - var tidigare med i Ex Ante Ekonomi, men bytte grupp till Ex Ante Marknad i samband med byte av jobb för två år sedan.

Mixen av kompetenser och gruppens kontinuitet är säkert en del av förklaringen till att många öppet delar med sig.

Föreläsarna avbryts ofta av skarpa frågor och intressanta reflektioner. Ulf Holmqvist, creative director på Idéfolket, ser nätverket som en stor tillgång. Självt har han varit med i fyra terminer.

–Vi har lärt känna varandra, vilket ger mer avslappande och ärligare diskussioner än om vi varit en ny grupp varje gång. Det ger mycket att få olika företags perspektiv på ett ämne, säger han.

Effektivt använd tid

När träffen närmar sig halvtid avbryter Ylva för att hälsa alla välkomna på en bit mat. Rostbiff med potatisgratäng och bönsallad. Cecilia reser sig och berättar om ytterligare en anledning till varför hon väljer Ex Ante.

–Nätverksträffarna ligger perfekt mellan klockan 16 och 19. Jag är lugnare då än på morgonen. För mig är Ex Ante effektivt använd tid, säger Cecilia.

i

FAKTA OM EFLS NÄTVERKSGRUPPER EX ANTE

EFL har tre nätverksgrupper:

- Ex Ante Ekonomi
- Ex Ante HR
- Ex Ante Marknad.

Ex Ante vänder sig till företag som är medlemmar i EFL och som är intresserade av ett forum för omvärldsbevakning och benchmarking. Grupperna träffas fyra till sex gånger om året. På nätverksgruppernas träffar bjuder vi in gäster från näringslivet eller universitetet som får ge sin bild av det valda ämnet. Input från forskning på olika områden blandas med praktiska exempel från medlemmarna som alla får ge och ta.

EX ANTE EKONOMI

I nätverksgruppen Ex Ante Ekonomi ligger fokus på diskussioner om ekonomifunktionens framtida roll och verksamhet. Vi vänder oss till dig som arbetar med och har intresse av ekonomifrågor.

EX ANTE HR

I nätverksgruppen Ex Ante HR ligger fokus på diskussioner om HR-funktionens strategiska och framtida roll. Vi vänder oss till dig som arbetar med frågor inom HR- och personalansvar.

EX ANTE MARKNAD

I nätverksgruppen Ex Ante Marknad ligger fokus på diskussioner kring aktuella ämnen inom marknadsföring. Vi vänder oss till dig som arbetar med information och marknadsföring och/eller har ett stort intresse av marknadsföringsfrågor.

EFL är en av södra Sveriges största ledande utbildningsaktörer och erbjuder individer och företag personlig och yrkesmässig utveckling. I 40 år har EFL varit en mötesplats mellan ledande ekonomisk forskning och framgångsrik näringslivsutveckling. EFL har en nära koppling till Ekonomihögskolan vid Lunds universitet och utvecklar ledare och framtida ledare inom ekonomi, juridik, ledarskap, marknadsföring och corporate governance (bolagsstyrning). Läs mer om EFL på efl.se.



EFL

Executive Foundation Lund

Ekonomihögskolan