

# ADA

Lite av det som deltagarna  
kom fram till på ADA:s  
föreläsning/workshop  
*Stabilitet i oroliga tider?*  
med Kairos Future

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins or other markings on the paper.

# 1. TRENDSPANING FÖR FRAMTIDENS FRAMGÅNGSRIKA KREATIVA BYRÅ

***Skriv ner viktiga trender som kommer ha stor betydelse för hur kommunikation bedrivs och marknads-, kommunika-tions- och designbyråer/verksamhet bedrivs och organis-eras. Sortera dem utifrån hur mogna de är (fenomen, trend, mogen trend)***

## FENOMEN (TIDIG TREND)

- Nya aktörer att räkna med i kalibern av Kina t.ex. *Afrika*
- *Politisk Aktivism 2.0* kommer 2012
- *Ifrågasättandet av vinstmodeller*
- *Transparens*
- *Crowd Energy sourcing* – microproducenter av el
- *Digitala vägvisare* och stigfinnare
- *Offliners* – virtuella självmördare allt viktigare
- *Paradoxer* – *polarisering*, saker och ting tenderar att bli mer/mindre, mer premium/mer lågpris

## TRENDER (TREND PÅ SIN HÖJDPUNKT)

- *Image* – toppen på isberget, ansiktet utåt hela tiden – vi lever i en visuellt medveten kultur
- *Ökad önskan efter personlig kontakt* i ytans tidevarv
- Skaffa *ambassadörer* på hemmaplan först, för att vi behöver bekräftelse för att det vi har på oss och runt oss är rätt

- Låna – hyra, byta delen, trenden, inte lika viktigt att äga saker (*collaborative consumption*)
- Samhällets *anpassning till klimatförändringen* har precis börjat
- *Specialisering* – kommunikering blir allt spetsigare, nå rätt mottagare
- Bio-teknik även i grafisk design (*biomimicry inom design*)
- *Polarisering* – finns ökad tendens till specialisering, samtidigt ökad generalister (breda och mycket smala)
- *Mediakonvergens* – bokmässan växer mer på internet än den fysiska platsen
- *Bricoleur*- culture, plockar in olika kulturer och religioner (pick and mix)
- *Måste ha kul* – hela tiden och överallt

## MOGNA TRENDER (TREND SOM VI HAR VANT OSS VID)

- *Konsumtionsångest* – värld som vi har svårt att ta oss ur, vi köper mer och mår sämre av det
- *Hållbarhet*
- *Individualismen* ökar jättemycket – sälja in idéer och produkter, väner mig till en helt annan målgrupp och syfte. Inte längre kollektiva beslut. Både ökar och minskar.

## 2. EN VISION AV EN FRAMGÅNGSRIK KREATIV BYRÅ

***Tänk dig att du är i 2020 på den mest fantastiska byrån du kan tänka dig. Hur ser det ut? Vad gör folk, hur arbetar man själv och tillsammans?***

- *Gemensam tydlig vision* – där personer ser processer, nätverk och vet vad de ska göra
  - *Att korrigera sina tankar (kurera tankarna bättre)* – det magiska
  - *Planerad fullständighet. Konsten att tänka*
  - *Tänka vidare*
  - *Mer etiskt ledarskap*
  - *Ledaren tydlig med det etiska*
  - *Curlandet bort – tydlighet gäller*
  - *Jobba nära kunden* – styr vart vi är på väg (den gemenskapen)
  - *Delat chefsansvar*
  - *Värderingsstyrt ledarskap*
  - *Ledarskap mer som en funktion* (inte personstyrt)
  - *Kulturen som filter* – erbjuda bibliotek och köpa kompetens som komponenter (man kan kombinera olika delar, som ett abonnemang) – köper filter för att få tillgång till olika kompetenser.
  - *Använda bra teknik*
  - *Medarbetare egen agenda*
  - *Mera mångkulturellt*
- Inte kunder utan partners (joint ventures istället)
- *Folk har blivit snällare* – inte råd att inte vara snälla

### 3. NÅ, HUR KAN VI STÖDJA VARANDRA?

- *Byta visitkort*
- *Stora och lilla byrån* kan dra nytta av varandra
- *Ledarskap med andra* (kontakten med andra) – applicera som egen företag är svårt, men kanske applicera i kontakten med andra
- *Speed dating* mellan olika branscher
- Idag så kändes det som vi hade en bra process – *det sätter igång tankarna att arbeta tillsammans*
- *Träffas med personer från andra branscher* – bryt miljö och ha ett samtal för att få nya ideer
- *Samarbeta mer inom regionen* för att stimulera lärare – utöver gränser
- *Mer nätverkande*
- *Göteborg bör bli tuffare* – sticka ut lite mer (gemensam utbildningssatsning)
- *Benchmark* – *se hur man själv förhåller sig till gruppen* (år efter år, ser man hur det förändrats) – borde kunna användas på mindre reklambyråer också för att höja den allmänna iden
- *En arena för att ta till vara på allas idéer* – ett ställe där det finns utrymme för att få utlopp för fler idéer annars fastnar bara idéerna någonstans – alla idéer med lika högt värde.
- *Lösningssportaler* – flera yrken som inte jobbar med datorn aktivt, vi hoppas på en arena som är mer fysisk
- *Gemensamt projekt* – för att göra tillsammans – förutsättningar för mer affärsmässiga samband
- *Nätverk* – *we recommend- nämn för att bli nämnd*

### 4. AVSLUTANDE ORD PÅ VÄGEN.

- Det är oerhört viktigt att komma fram till *en gemensam vision!*
- *Kreativa kluster* här i regionen – 24 h workshop – från det minsta till det största företaget och sedan klustra tillsammans
- De här måste vi som företag göra gemensamt!
- *Collabetition* – hjälpa varandra trots att vi är konkurrenter
- *Kartbild*, vart hela branschen är på väg