

Bang for the buck

Erik Modig

PhD, forskare

Handelshögskolan i Stockholm

erik.modig@hhs.se

[@erik_modig](#)

Observationer idag

Medier, medier... ▶ Nya förhållningssätt

Silos, silos... ▶ Nya samarbetsätt

Strategier, strategier... ▶ Nya briefer

Hur vet vi att vi gör rätt sak, vid rätt tillfälle och på det mest optimala sättet?

BANG

KOMMUNIKATION
SOM SKAPAR RESULTAT

ERIK MODIG

FOR

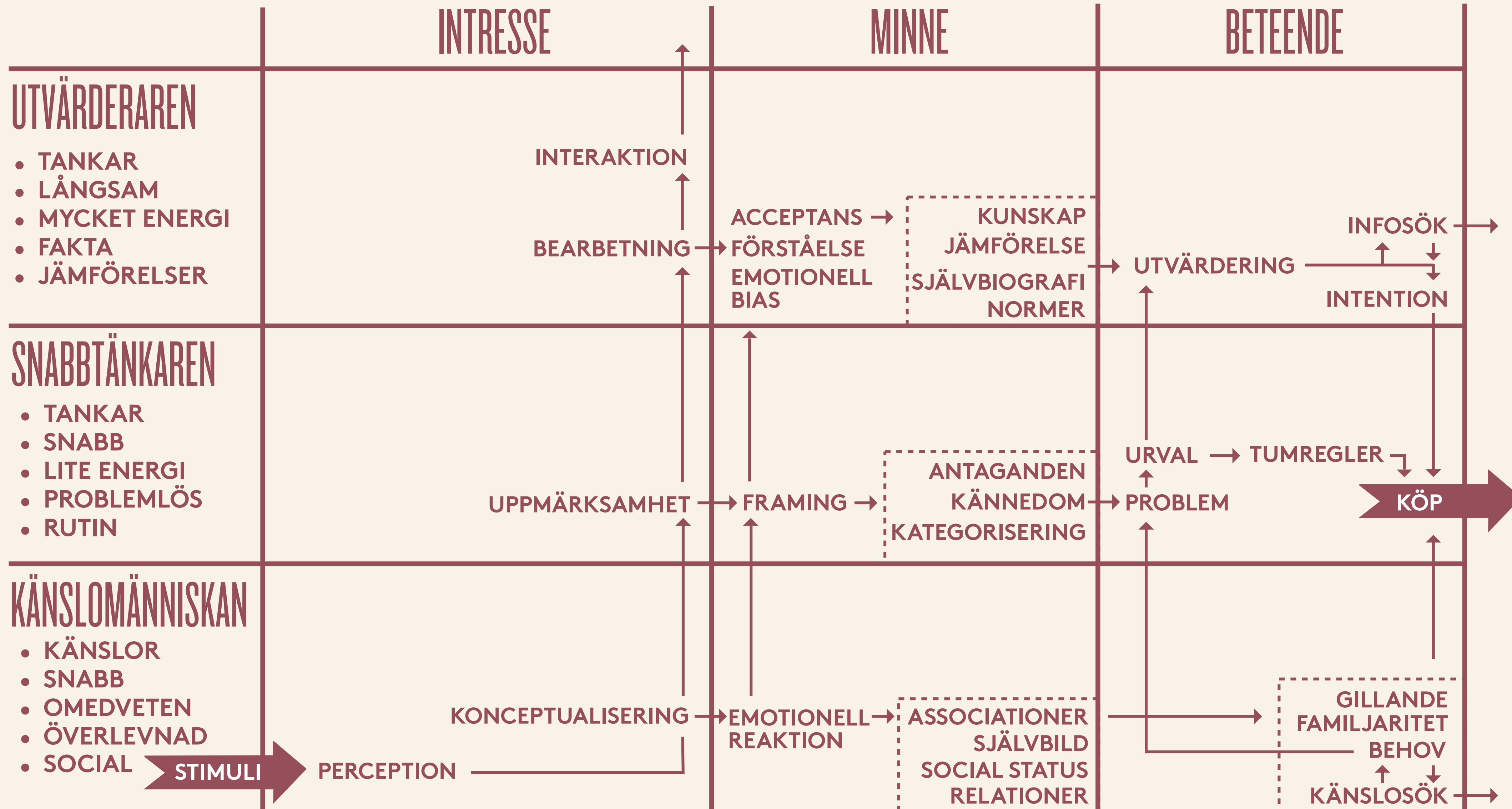
THE

BANG
BUCK

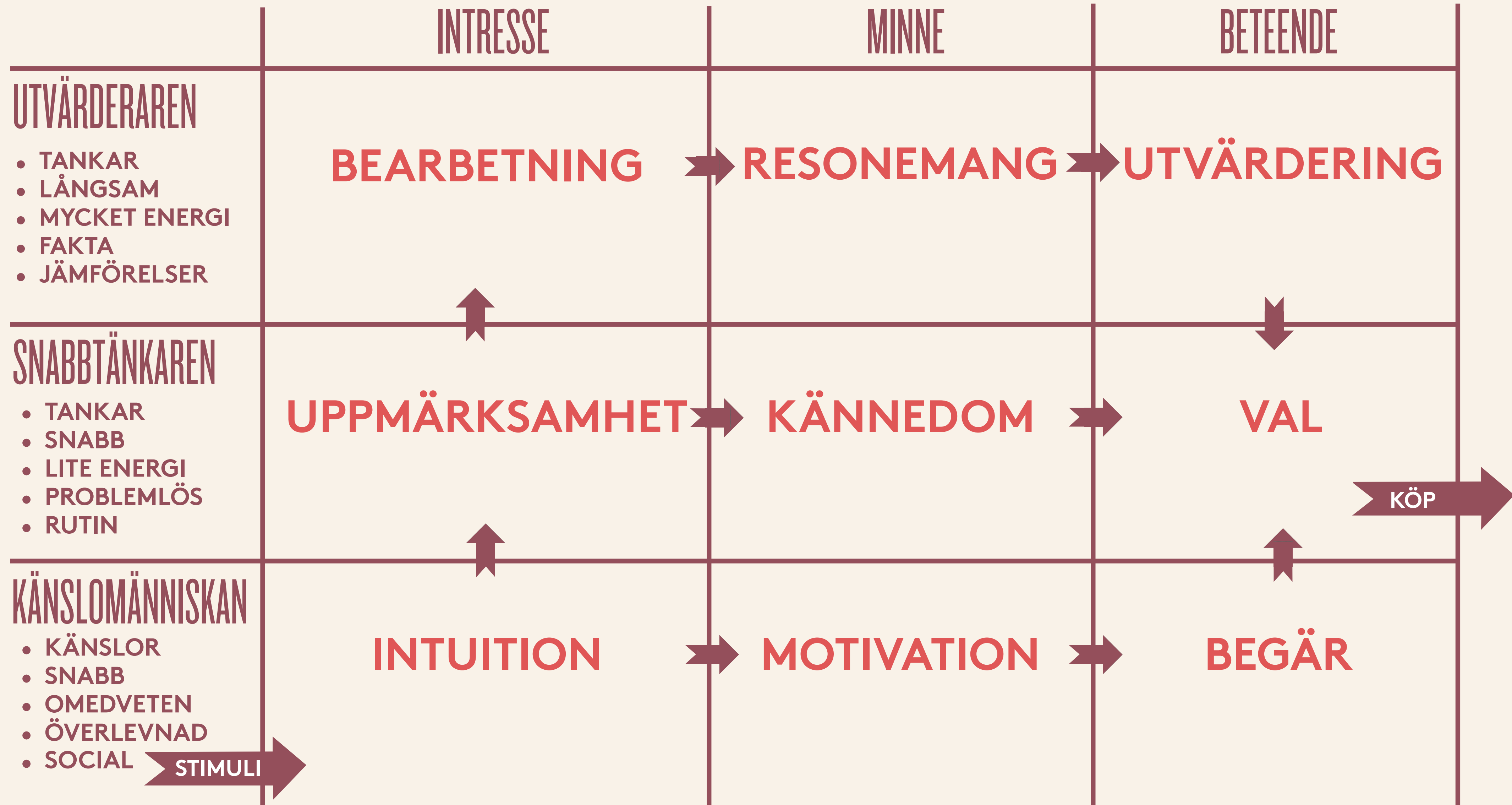
BUCK

	INTRESSE	MINNE	BETEENDE
UTVÄRDERAREN <ul style="list-style-type: none">• TANKAR• LÅNGSAM• MYCKET ENERGI• FAKTA• JÄMFÖRELSER			
SNABBTÄNKAREN <ul style="list-style-type: none">• TANKAR• SNABB• LITE ENERGI• PROBLEMLÖS• RUTIN			
KÄNSLOMÄNNISKAN <ul style="list-style-type: none">• KÄNSLOR• SNABB• OMEDVETEN• ÖVERLEVNAD• SOCIAL			

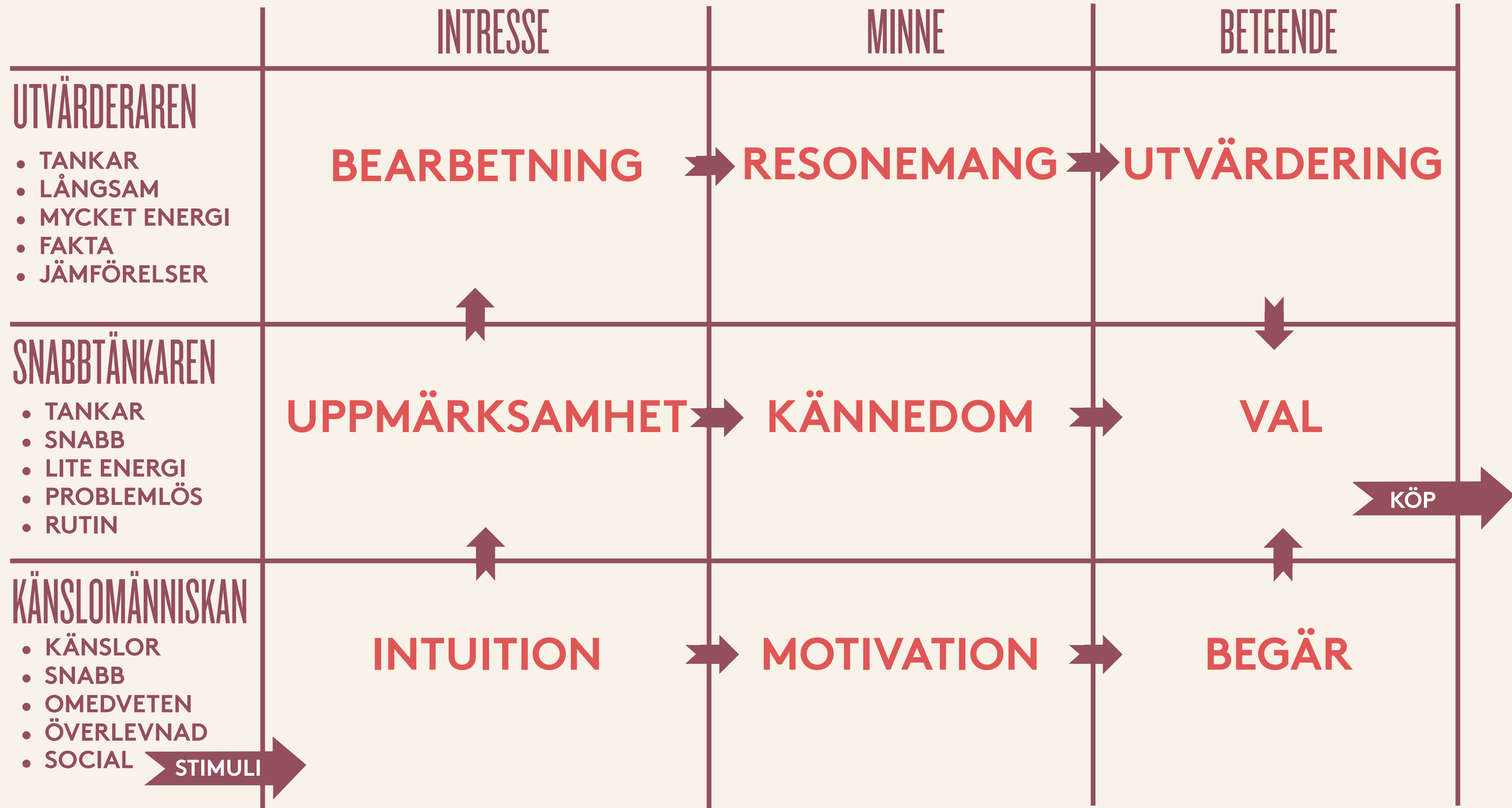
Påverkansmatrisen



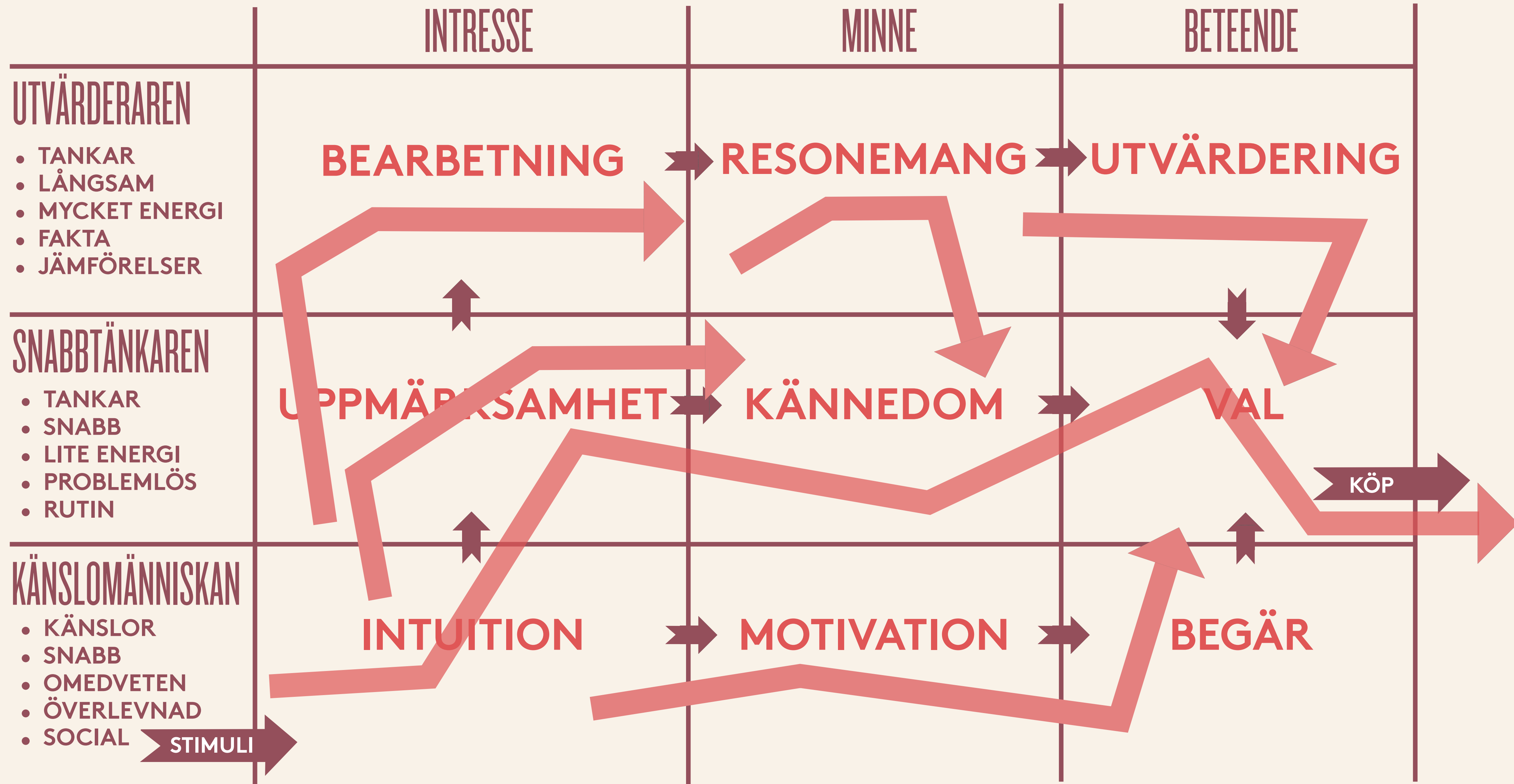
Påverkansmatrisen



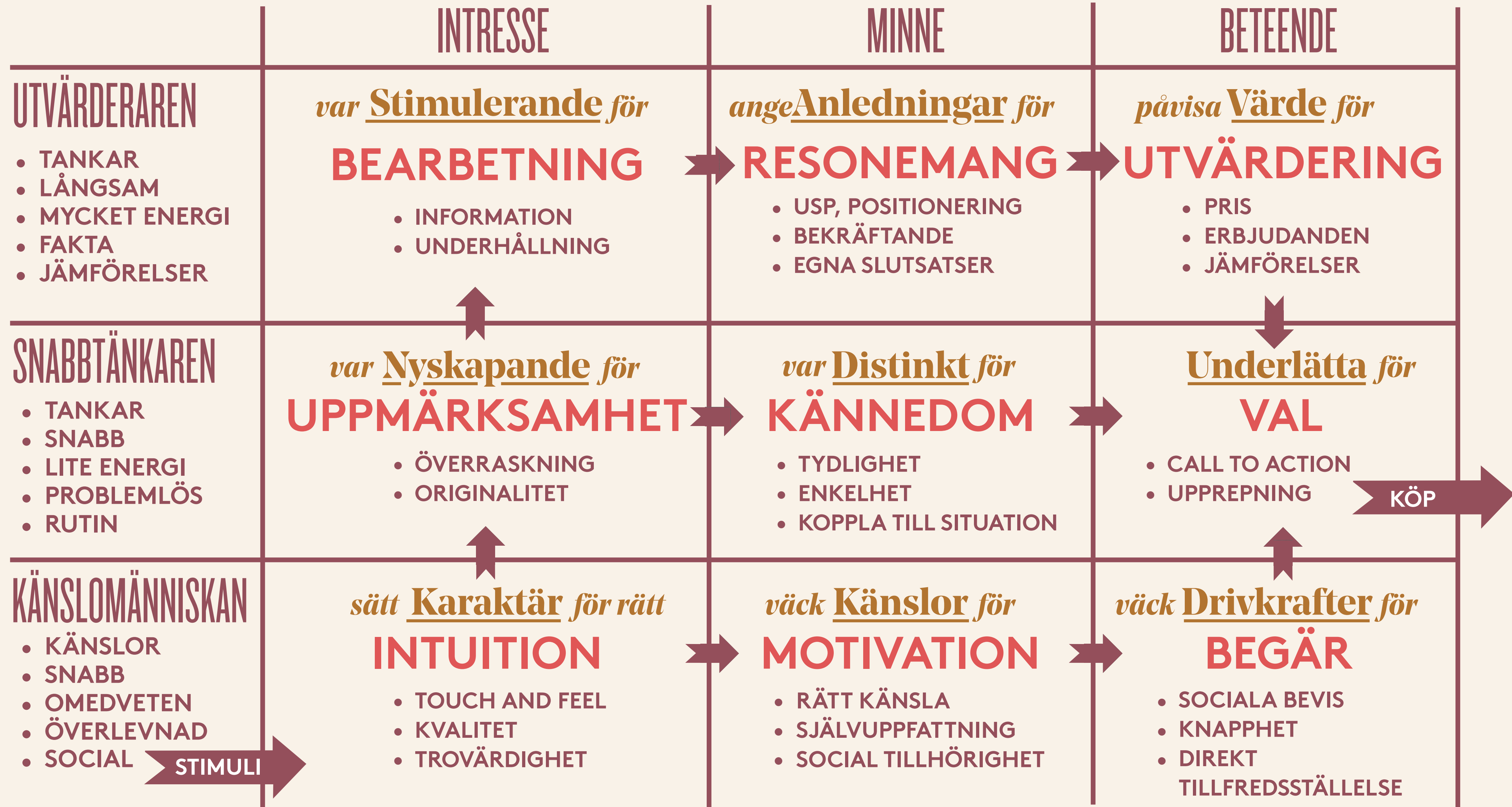
Styrkor och svagheter sätter spelplanen



Styrkor och svagheter sätter spelplanen



Påverkansmatrisen



TACK!

Erik Modig

PhD, forskare

Handelshögskolan i Stockholm

erik.modig@hhs.se

[@erik_modig](#)