

T I D &

T E N D

E N S E

R 0 2 . 1 9

TIDSÅND

SAMFUND

FORBRUG

&

LIVSSTIL

Indhold

TID & tendenser nr. 2 2019

14 Fremtidens samfund 24 Fremtidens samfund 32

Tid til tillid?

Anne Rosendal Andersen og Mathilde Bach fra Dentsu Aegis Network sætter fokus på, hvorfor vi i Danmark skal værne om en tillid, der er blandt de højeste i verden.

Det kreative Danmarks sande potentiale

Ifølge Christian Have bør vi gøre kreativitet til den stærkeste samfundsmæssige ressource, der kan realisere de ideer, som vil løfte almenvellet og sikre fremtidens velfærdssamfund.

Equality is bad for creativity

Som det lykkeligste land i verden bør vi i Danmark rette blikket mod, hvordan vi sikrer en kreativ fremtid, så vi ikke forfalder til nemme løsninger. Det mener Jill Hawkins.

44 Trend 54

pej trend SS 20: Identitet

Rie Fjordsøe Rasmussen præsenterer pej gruppens trendtemaer for sæsonen SS 20, hvor skræddersyede, personlige og meningsfyldte løsninger bidrager til den enkeltes identitet.

8 foodtrends i det nye årti

Hvad kommer efter plantefars, avokadotoast og alkoholfrie drinks? Cathrine Gro Frederiksen stiller skarpt på 8 fødevaretrends, som vil påvirke vores vaner og ganer de kommende år.

76

Kunderejser

90

**Gør kunderejsen til
omdrejningspunkt for
marketing og salg**

Per Lobedanz Witthøfft kommer med sit bud på, hvad kunderejsen er for en størrelse, og hvordan man arbejder med den i en marketing- og salgskontekst.

Touchpoints i kunderejser

Hvorfor er det vigtigt for en virksomhed at have styr på kundens rejse ind og ud af forskellige touchpoints? Det giver Helle Haurum og Ole E. Andersen svaret på.

104

Strategi

114

Strategi på kanten

Virksomheder har ifølge Anders Drejer brug for konkrete værktøjer, cases og modeller til at håndtere fremtidens udfordring – kompleksitet – i strategisk ledelse.

**Fejl er ikke noget
at være stolt af**

Jonathan Løw mener, at det er forkert at italesætte fejl som noget positivt, og at man i stedet bør fokusere på, hvordan man sikrer læring og deler viden.