

Om forfatterne

Casper Ackermann, cand.merc.kom fra CBS, driver til daglig e-mailmarketingbureauet Ackermann, hvorigennem der rådgives om og implementeres e-mailmarketing for bl.a. Single.dk, Meyers, Shaping New Tomorrow og mange flere. Ligeledes har Casper deltaget som taler på en række marketingskonferencer og gæsteforelæst på CBS.

Jeppe Bøgede Andersen, uddannet medieøkonom fra IMMA, har været ansat i forskellige reklame- og digitalbureauer samt arbejdet nogle år som freelancer. Var i 2011 med til at stifte det digitale bureau Banyo.dk, hvor han i dag er partner og kreativ chef. Har gennem karrieren medvirket i en lang række digitale produktioner for virksomheder som Audi, Adecco, SAS, 3Business, Libratone og Magasin.

Thomas Bigum, ekspert i sociale medier, har siden 2010 formidlet viden om digital markedsføring. Han er en af landets få pionerer, der i forrige årti måtte teste og afprøve sig vej til resultater gennem de nyankomne sociale medier, før der fandtes uddannelser eller bøger om fænomenerne. Nu driver han med partnere kursusvirksomheden Bigum&Co, der anses som landets største videnshus på området for digital markedsføring.

Mogens Bjerre, cand.merc. og ph.d. i marketing management, er lektor på CBS og medlem af en række bestyrelser. Han har skrevet bøger og artikler om mærkevarer og branding, trade marketing, strategisk relationsmarkedsføring og key account management samt strategisk salg. Han har netop færdiggjort Danmarks største forsk-

ningsprojekt om salg i samarbejde med DI Handel og Business Danmark. Service management og bundling af services udgør hans aktuelle og kommende forskningsfelt.

Leif Carlsen er social selling- og LinkedIn-ekspert. Han brænder for at hjælpe virksomheder med at udnytte det store potentiale, der ligger i at anvende de sociale medier forretningsmæssigt. Han er også vært på Social Selling Radio, som er Danmarks første podcast med social selling-metodikken som omdrejningspunkt og med et særligt fokus på LinkedIn.

Claus Due, cand.merc., er indehaver af rådgivningsvirksomheden Due & Partners samt analyseinstituttet CheckPoint. Han har været direktør i flere kommunikationsbureauer og er international foredragsholder om dialog, CRM og kundeloyalitet. Claus er forfatter til seks bestsellere inden for marketing, reklame og intern kommunikation, i hvilke han har introduceret begreber som f.eks. corporate branding og integreret markedsføring.

Henrik Johannsen Duus, cand.merc. og ph.d. i innovation, er lektor på CBS. Han har gennem de seneste 30 år arbejdet som forsker og underviser med innovation, strategisk forecasting, international business, international markedsføring og business-to-business-markedsføring. Han har rådgivet adskillige virksomheder bl.a. inden for analysebranchen.

Henriette Kahré Freris, M.B.A., har boet i udlandet, bl.a. i UK, i otte år og har som projekt- og salgs- og marketingchef været med at starte et

dansk joint venture op i Afrika fra tanke til fuldt kørende fabrik. Henriette er specialist i internationalisering og har over en lang årrække hjulpet danske virksomheder med at vurdere potentialet og etablere sig udlandet. Henriette har desuden erfaring med bestyrelsesarbejde og har undervist i CSR på Via Business College.

Jens Graff, cand.merc. og ph.d. i international business management, er lektor fra den danske business college-sektor og seneste ti år med ansættelser på universiteter i Sverige og Korea. Han har gennem en årrække tillige fungeret som censor på forskellige business college-uddannelser i Danmark. Han er medforfatter til otte bøger i marketing, international business og entrepreneurship.

Christian Grandjean, cand.mag. i dansk og retorik, er seniorrådgiver og partner i King Street. Han har bred erfaring med strategisk og taktisk PR fra virksomheder og bureauer, hvor han har arbejdet med virksomhedskommunikation, markedsføring og kampagner. Christian er tilknyttet de erhvervsøkonomiske uddannelser som censor.

Henriette Hansen, AU i innovation, produkt og produktion og AU i ledelse, har i flere år arbejdet med de danske universiteters spin-outs, f.eks. sparring inden for forretnings- og produktudvikling, virksomhedsorganisering mv. Hun har tillige i mange år beskæftiget sig med frivillig ledelse og udvikling af idræts- og foreningsliv.

Per Østergaard Jacobsen, direktør i Efficiens og ekstern lektor ved Institut for Afsætningsøkonomi, CBS. Per har arbejdet med og skrevet 12 bøger om kundedata, CRM, kunder og loyalitet og anses for en af de førende danske eksperter inden for feltet. Per deltager også i forsknings-

projekter og har givet +25 internationale konferenceoplæg om strategisk brug af big data.

Mette Dahl Juelner, master i oplevelsesledelse fra RUC, er direktør i BizBuddy. Hendes speciale er at skabe grundfortællinger for virksomheder. Hun har erfaring fra mediebranchen, bl.a. som marketingchef på TV 2. Udover at rådgive og holde foredrag underviser hun i oplevelsesøkonomi og er fast skribent for Erhvervsavisen Nordsjælland. Hun har bidraget med kapitler til bøger om innovation og branding.

Sally Khallash, cand.scient.pol, ph.d. og MPA fra Harvard Kennedy School, har etableret Behavioural Strategy ApS og er partner i virksomheden. Hun har i flere år arbejdet med adfærdsøkonomi og beslutningsstrategi og undervist på Harvard og CBS. Sammen med Ulrik Lehrskov-Smidt har hun skrevet bogen *Prispsykologi – Seks adfærdsøkonomiske trin til højere priser og gladere kunder*, Jurist og Økonomforbundets Forlag.

Ulrik Lehrskov-Schmidt, cand.mag. i analytisk filosofi og har en Master's Degree, Honors/Cum Laude fra Harvard University, er partner i Behavioural Strategy ApS og har i en årrække arbejdet med adfærdsøkonomi og finansielle beslutninger og forhandling og undervist på CBS Executive. Sammen med Sally Khallash har han skrevet bogen *Prispsykologi – Seks adfærdsøkonomiske trin til højere priser og gladere kunder*, Jurist og Økonomforbundets Forlag.

Helen Duus Møllerskov, cand.mag., underviser og international koordinator ved Cphbusiness, er lektor fra den danske business akademi-sektor. Hun har været foredragsholder i kulturforståelse og international interkulturel kommunikation. Hun har ydermere været censor på forskellige business college-uddannelser i Dan-

mark. Hun er forfatter og medforfatter til tre bøger om kulturforståelse og kommunikation.

Suzanne Remillard, cand.merc i International Marketing & Management, er client service director hos Marketsquare A/S og tidligere kontaktchef hos bl.a. D’Arcy, Umwelt og Sektor. Har stor erfaring med retail og FMCG og rådgiver danske og nordiske kunder på tværs af kommunikationskanaler inden for brandstrategi, kunderejseoptimering, shopper og trade marketing.

Sofie Desmareth Riemann er cand.comm. i kommunikation og dansk. Sofie har arbejdet som kommunikationsrådgiver i +10 år, hvor hun har rådgivet organisationer om PR, kampagner og kommunikationsstrategi. Sofie optræder jævnligt som gæsteunderviser på CBS, KEA og Roskilde Universitet. Til daglig er hun direktør og partner hos RelationsPeople.

Torsten Ringberg, MBA, master i psychological anthropology, ph.d. i marketing (alle fra USA), er professor i marketing på CBS. Han forsker, underviser og konsulterer inden for embodied cognition, forbrugerpsykologi, mentale modeller, mindset samt strategisk anvendelse af big data, teknologi og platforme. Han publicerer internationalt i tidsskrifter og bøger.

Pernille Rydén, cand.scient.soc., diplom i ledelse og ph.d. i strategisk kognition (CBS), er lektor i ledelse, studieleder på DTU samt ekstern lektor på CBS. Hun er underviser, oplægsholder og forsker i strategi, ledelseskognition og digitale teknologier (sociale medier, big data, kunstig intelligens) og publicerer artikler og bøger internationalt.

Finn Rylov, HD i afsætningsøkonomi, har siden 70’erne været beskæftiget med salg og salgsledelse i B2B-sektoren. Han har deltaget i og af-

holdt kurser i personligt salg og har i mange år arbejdet med relationssalg og CRM-systemer. Han underviser i kommunikation og er censor på forskellige erhvervsakademiuddannelser.

Brian Stræde er Head of Marketing hos Avidly, som er et digitalt salgs- og marketingbureau. Han har siden 2008 arbejdet med kommunikation, content marketing og inbound marketing for primært B2B-virksomheder. Han er uddannet journalist fra Danmarks Journalisthøjskole.

Jens Thrane-Møller, cand.merc. i strategisk planlægning, marketing og retail, er CEO/partner hos Marketsquare A/S. Tidligere direktør i Saatchi & Saatchi, administrerende direktør hos Republica, selvstændig konsulent inden for forretningsudvikling og bestyrelsesformand for Den Danske Reklameskole. Jens er aktivt bestyrelsesmedlem i Dansk Markedsføring og Detailforum.

Jens Vestgaard, cand.scient.pol. og M. Ed., er lektor i ledelse på Cphbusiness og har tidligere undervist på CBS, De Montfort University mv. Jens har en lang karriere bag sig som international konsulent arbejdende for klienter i WB, EC, AS-DB og Danida. Ud over undervisning er Jens pt. tilknyttet forskningsprojekter inden for projektledelse i SMV’er samt omkring VUCA og strategi.

Nicolas Zangenberg, uddannet fra Harvard “Mastering Growth”, Insead “Strategy in the age of digital disruption” og Squared Online “The digital marketing education”. Google Ads & SEO-pioner i Danmark. Digital marketing-autoritet i 20 år. CEO / ejer af Zangenberg & Partners, som et digitalt marketingbureau. Bureauet har udført opgaver for bl.a. Danish Crown, Danfoss, McDonald’s, Siemens, SAS, Borger.dk, Københavns Universitet samt mange flere.