



Aljan De Boer

Aljan de Boer er en hovedtaler inden for sociokulturelle tendenser, der hjælper ledere med at forstå, hvordan samfundsmæssige forandringer påvirker kunder, medarbejdere og forretningsstrategien.

- Inspirationschef hos TrendsActive, et trendkonsulentfirma med base i Holland.
- Arbejder med at omsætte sociokulturel forskning til strategiske implikationer for organisationer.
- En del af teamet ved Institute for Real Growth, hvor han leder programmer og støtter dets ledelsesfællesskab.
- Arbejder med IRG's globale CMO-fællesskab, der ifølge IRG tæller over 400 medlemmer.
- Holder foredrag med fokus på, hvordan generationsskift, økonomiske og geopolitiske forandringer påvirker erhvervslivet.

Aljan De Boer's 2026 biografi

Vigtige foredragsemner

- Sociokulturelle tendenser og forretningsstrategi
- Generationsskift og generation Z
- Forbrugeradfærd under økonomisk pres
- Geopolitisk usikkerhed og indvirkning på markedet
- Omsætning af forskning til organisatorisk handling
- Brand- og kundestrategi i samfund i forandring

Ideel for

- Marketingchefer og ledende marketingteams
- Direktionsudvalg og ledelsesteam
- Brand- og strategiledere
- Virksomhedskonferencer med fokus på fremtidsorienteret strategi

Resultater for publikum

- Klar forståelse af de store sociokulturelle forandringer, der præger markederne
- Indsigt i, hvordan generationsskiftet påvirker brands og arbejdslivet
- Strukturerede metoder til at fortolke forskning med henblik på strategiske beslutninger
- Et bredere perspektiv på økonomiske og geopolitiske påvirkninger på kunderne

Hvorfor organisationer samarbejder med Aljan de Boer

- Kobler sociokulturel forskning direkte til kommercielle og strategiske

TILGÆNGELIG FOR

- Tal

ALJAN'S TALENDE TEMAER

- Adfærdsøkonomi
- Arbejdets fremtid
- ESG-implementering
- Forretningsstrategi og vækst
- Geopolitisk indvirkning
- Kundeoplevelse og marketing
- Scenarieplanlægning og strategisk fremtidsforskning

SPROG: Engelsk

spørgsmål.

- Indbringer erfaring fra samarbejde med et globalt CMO-fællesskab.
- Tilbyder fortolkning på ledelsesniveau af komplekse samfundsmæssige tendenser.
- Støtter organisationer i at omsætte nye tendenser til praktiske implikationer for brand- og forretningsstrategi.

Biografi

Aljan de Boer hjælper ledende medarbejdere med at forstå de sociokulturelle kræfter, der omformer markeder, brands og organisationer. Hans arbejde fokuserer på at omsætte samfundsmæssige forandringer til klare strategiske implikationer for kunder, medarbejdere og den langsigtede forretningsretning.

Som Head of Inspiration hos TrendsActive, et nederlandsk trendkonsulentfirma, arbejder han i krydsfeltet mellem sociokulturel forskning og strategi. Han bidrager til udviklingen og anvendelsen af en struktureret trendmodel, der forbinder akademisk indsigt og social analyse med praktisk organisatorisk beslutningstagning.

Aljan er også en del af Institute for Real Growth-teamet, hvor han leder programmer og støtter dets ledelsesfællesskab. Gennem sit arbejde med IRG's globale CMO-fællesskab, der ifølge organisationen tæller over 400 medlemmer, arbejder han direkte med ledende marketingchefer, der navigerer i kompleksitet, usikkerhed og skiftende forbrugerforventninger.

Hans keynote-præsentationer udforsker generationsskift, økonomisk pres, geopolitisk ustabilitet og bredere samfundsmæssige forandringer. Han giver ledere en klarere forståelse af, hvordan disse kræfter påvirker brandstrategi, kundefærd og organisatoriske prioriteter, og omsætter forskning til kommercielt relevant indsigt.

Aljan De Boer's 2026 talks & topics

At klare sig godt i usikre tider

Denne præsentation undersøger, hvordan forbrugerne håndterer stigende priser, geopolitisk ustabilitet og generel samfundsmæssig usikkerhed, og hvad dette betyder for brands, der stræber efter bæredygtig og inkluderende vækst. Med udgangspunkt i samfundsvidenskabelig forskning omsætter den psykologiske, sociologiske og antropologiske indsigter til klare forretningsstrategier. Sessionen udforsker tendensen til at »vende blikket indad«, skiftende tillidsdynamikker og fremkomsten af en krisekultur for at hjælpe organisationer med at imødekomme både kortsigtede og langsigtede kundebehov.

Hovedpunkter:

- Forståelse for, hvordan forbrugerne håndterer usikkerhed og afbalancerer kort- og langsigtede prioriteter
- Indsigt i de psykologiske, sociologiske og kulturelle skift, der former adfærd
- Klar omsætning af samfundsvidenskabelig forskning til praktiske implikationer for brand og strategi

Hvordan man kan bidrage til folks søgen efter mening

Denne præsentation undersøger de voksende muligheder og det stigende ansvar, som organisationer har for at bidrage til et mere meningsfuldt liv. Den behandler psykisk trivsel, sociale relationer og skabelsen af transcendent oplevelser og sætter disse temaer i en sammenhæng, der forklarer, hvorfor de bliver stadig vigtigere. Sessionen skitserer, hvordan organisationer kan imødegå udfordringerne inden for psykisk sundhed og de skiftende forventninger til sociale bånd.

Hovedpunkter:

- Kontekst om de samfundsmæssige drivkræfter bag søgen efter mening
- Indsigt i den rolle, som mental velvære og sociale relationer spiller i menneskers liv
- Retningslinjer for, hvordan organisationer kan blive mere meningsfulde

Forbered dig på fremtiden: hvorfor og hvordan du kan være relevant for generation Z

Denne præsentation forklarer, hvad der driver Generation Z's adfærd, og hvordan organisationer kan omsætte disse indsigter til strategi og muligheder. Den går ud over overfladiske taktikker og undersøger, hvordan prægende oplevelser som klimaforandringer, polariseret politik og pandemien former Generation Z's tankegang, værdier og forventninger til brands.

Hovedpunkter:

- Forståelse af de globale kræfter, der former Generation Z's syn på fremtiden
- Indsigt i, hvordan disse kræfter påvirker værdier, behov og forventninger
- Strategisk vejledning i, hvordan man forbliver relevant for den yngste generation

Aljan De Boer's 2026 speaking fees

Specifikke gebyrer falder inden for de viste intervaller. De er kun vejledende og kan ændres uden varsel.

	EUR	GBP	USD
Hjemland	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Asien og Stillehavsområdet	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Europa	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Mellemøsten og Afrika	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Sydamerika	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000

Storbritannien	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
USA's østkyst	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
USA's vestkyst	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Virtuel	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000