



Ashley Dudarenok

FORFATTER · VIRKSOMHEDSLEDER

Kina er ikke længere blot et produktionsland i baggrunden. Landet er nu kilden til forbrugeradfærd, detailformater og platformøkonomi, som først dukker op på de vestlige markeder to eller tre år senere, og de fleste bestyrelser betragter det stadig som et marked, de sælger til, snarere end et marked, de kan lære af. Det koster forpassede produktcykluser, markedsføringsantagelser, der ikke længere stemmer overens med forbrugerne, og en digital strategi, der er udformet til et langsommere internet.

Ashley Dudarenok er en iværksætter og digital ekspert med base i Kina, der hjælper internationale virksomheder med at forstå det kinesiske forbrugermarked og anvende de indhøstede erfaringer i deres egen forretningsstrategi.

Ashley Dudarenok's 2026 biografi

Hvorfor virksomheder samarbejder med Ashley Dudarenok

- Hun styrer de forretningsrelationer, som de fleste udenlandske ledere kun læser om. Alarice og ChoZan, som begge er grundlagt og ledet af hende fra Kina, giver kunderne direkte adgang til samarbejdsrelationer med Alibaba, JD.com, Pinduoduo, ByteDance og Tencent.
- Thinkers50 placerede hende på sin Radar-liste og betegner hende som en "guru inden for digital markedsføring og hurtigt udviklende tendenser i Kina" - en betegnelse, der er forbeholdt tænkere, der former den næste bølge af ledelsesideer.
- Hun oversætter kinesisk handel til beslutninger i bestyrelseslokalet, ikke til overskrifter. Nye detailformater, livestream-handel, KOL-økonomi og platformmekanismer fremstilles som handlinger, som en vestlig CMO eller COO kan iværksætte, ikke som kulturelle kuriositeter.
- Et bibliotek af bøger og et fungerende bureau, ikke en enkelt afhandling. Elleve titler inden for forbrugeradfærd, KOL-markedsføring, B2B og grænseoverskridende e-handel betyder, at indholdet regelmæssigt opdateres i forhold til aktivt klientarbejde og ikke er fastfrosset ved udgivelsen.
- Vestlig ramme, kinesisk kontekst. Hun er naturaliseret kinesisk statsborger med mandarin på modersmålsniveau og flydende russisk, engelsk og tysk, hvilket betyder, at hun kan udspørge kinesiske platforme på det sprog, de opererer på, og forklare dem på det sprog, vestlige bestyrelser træffer beslutninger på.

TILGÆNGELIG FOR

- Engagement efter middagen
- Paneldeltagelse
- Tal
- Uddannelse og workshops

ASHLEY'S TALENDE TEMAER

- Digital transformation
- Forretningsstrategi og vækst
- Innovation og disruption
- Kundeoplevelse og marketing
- Markedsføring og branding
- Teknologiens fremtid

SPROG: Engelsk, Kinesisk

Højdepunkter i biografien

- Grundlægger af Alarice (2011), et kinesisk digitalt marketingbureau med kontorer i Hongkong, Shanghai og Shenzhen, og ChoZan (2016), et kinesisk konsulentfirma inden for digital transformation.
- Thinkers50 Radar Class of 2021.
- Forfatter til elleve bøger om det digitale Kina, herunder New Retail Born in China Going Global og Digital China: Working with Bloggers, Influencers and KOLs.
- Anerkendt blandt verdens 100 mest indflydelsesrige personer inden for detailhandlen i 2023 af RETHINK Retail og udnævnt til LinkedIn Top Voice inden for marketing.
- Kunder og publikum omfatter Alibaba, LVMH, Coca-Cola, Johnson & Johnson, BMW, HSBC, Disney, Huawei og Adobe.
- Omtalt i Bloomberg, Forbes, CNBC, South China Morning Post, Business Insider og CGTN.

Biografi

De fleste vestlige ledere ser stadig på Kina gennem en 2015-linse: fabriksgulvet, vækstmarkedet, reguleringsproblemer. Det faktiske kommercielle billede har ændret sig. Livestream-handel udgør en betydelig andel af detailhandlen, mini-programmer har erstattet apps, KOL-økonomi driver produktlanceringer, og forbrugernes forventninger til hastighed, personalisering og service har omdefineret, hvad der er "godt". Ashley Dudarenok har opbygget en virksomhed, der fortolker denne kløft for globale virksomheder.

Hun grundlagde Alarice i Hongkong i 2011 og ChoZan i 2016 og driver begge som operative virksomheder med kontorer i Hongkong, Shanghai og Shenzhen. Den struktur er vigtig. Hendes kommentarer bygger på live-kundearbejde med de platforme, hun beskriver, ikke på observationer udefra. Alibaba, JD.com, Pinduoduo, Tencent og ByteDance er samarbejdsrelationer, ikke casestudier hentet fra FT.

Hendes intellektuelle bidrag anerkendes eksternt. Thinkers50 placerede hende på sin Radar-liste for 2021, den gruppe, som organisationen følger som den næste bølge af ledelsestænkere, med betegnelsen "Guru inden for digital markedsføring og hurtigt udviklende tendenser i Kina." Hun er en LinkedIn Top Voice inden for markedsføring og blev udnævnt til RETHINK Retail's Top 100 Retail Influencers i 2023. Elleve bøger, herunder New Retail Born in China Going Global og minibogserien Digital China, giver hendes argumenter en trykt rygrad, som konferenceoptrædener alene ikke kan.

Hvad hun tilbyder en bestyrelse, er evnen til at behandle Kina som en ledende indikator. Bestyrelserne går derfra med en skarpere forståelse af, hvordan kinesisk forbrugeradfærd sandsynligvis vil vise sig på deres eget marked, hvor deres digitale og kundeoplevelses-strategier nu er strukturelt bagud, og hvilke platformmekanismer, livestream, social handel og AI-drevet detailhandel, der er værd at afprøve, før konkurrenterne indhenter dem.

Vigtigste emner

- Kinesiske forbrugertendenser og digital handel
- Ny detailhandel og social handel
- KOL, livestream og influencer-økonomi
- Kundefokus og den moderne kinesiske forbruger

- Lærdomme om digital transformation fra Kina
- Innovationsstrategier fra kinesiske tech- og brandvirksomheder
- Fremtiden for marketing og detailhandel

Ideal for

- CMO'er og brandledere, der fastlægger kundeoplevelse og digital strategi i forbrugerorienterede brancher
- Bestyrelser inden for detailhandel, luksusvarer, FMCG og bilindustrien med betydelig eksponering i Kina eller ambitioner i Kina
- Ledere inden for innovation og digital transformation, der foretager benchmarking i forhold til kinesiske platformstandarder
- Strategi- og virksomhedsudviklingsteams, der vurderer, hvordan kinesiske forretningsmodeller sandsynligvis vil trænge ind på deres hjemmemarkeder

Resultater for målgruppen

- En aktuel oversigt på bestyrelsesniveau over den kinesiske forbruger og de platforme, de bruger
- Konkrete eksempler på kinesiske detail-, marketing- og produktmekanismer, som vestlige virksomheder kan omsætte til pilotprojekter
- Et klarere billede af, hvor deres egne digitale og kundemæssige strategier halter bagefter den kinesiske benchmark
- En liste over kategorier, BYD, Mixue, Labubu, DeepSeek og TikToks moderselskab ByteDance, hvor Kina har sat den nye kommercielle standard
- Selvtillid til at udfordre interne antagelser, der behandler Kina som et salgsmarked snarere end en strategisk lærer

Ashley Dudarenok's 2026 talks & topics

Labubu, Mixue og Moonshots: Lærdomme fra Kinas innovationsstrategi

En gennemgang af, hvordan kinesiske virksomheder – fra DeepSeek og ByteDance til BYD, Mixue og Pop Marts IP-økonomi – sætter nye standarder for innovationshastighed og forbrugernes efterspørgsel.

Hovedpunkter:

- Specifikke kinesiske innovationsmønstre, som vestlige virksomheder kan tilpasse sig uden at kopiere
- Hvordan kinesiske brands mindsker kløften mellem idé, lancering og skalering
- Hvor den næste bølge af forventninger fra forbrugerne først tager form

Moderne forbrugere og kundefokus

Et arbejds møde om kinesisk forbrugeradfærd, mønstre blandt generation Z og loyalitetsmekanismer,

rettet mod ledere, hvis kunder på sigt vil opføre sig på samme måde.

Vigtigste pointer:

- Et aktuelt overblik over den kinesiske forbruger, segment for segment
- Loyalitets- og engagementsstrategier, der fungerer i stor skala i Kina
- Kløften mellem vestlig retorik om kundefokus og den kinesiske virkelighed

Fremtiden inden for markedsføring og detailhandel

Hvordan social commerce, omnichannel-formater og platformmekanismer i Kina er ved at omdefinere markedsførings- og detailstrategier på verdensplan.

Vigtige pointer:

- Et klart billede af ny detailhandel, social handel og OMO i praksis
- De platforme og formater, der er vigtige for internationale brands
- Hvor kinesiske marketingstrukturer sandsynligvis vil dukke op på vestlige markeder i fremtiden

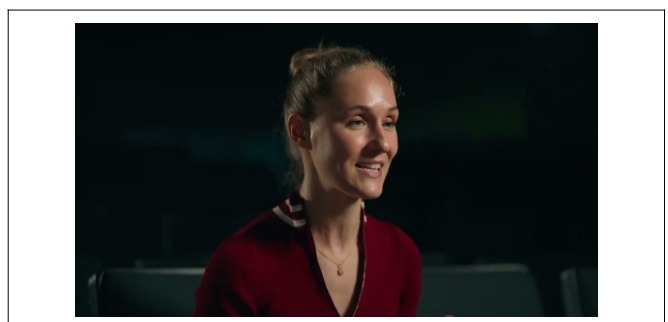
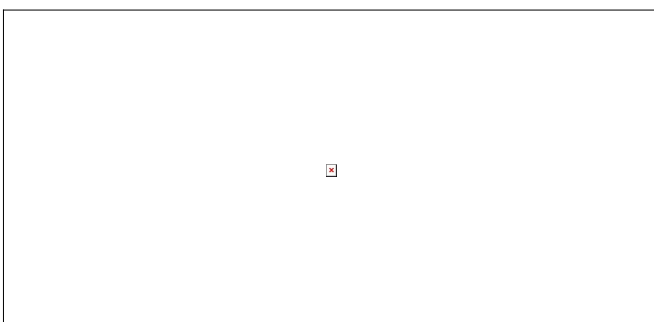
Teknologi i praksis

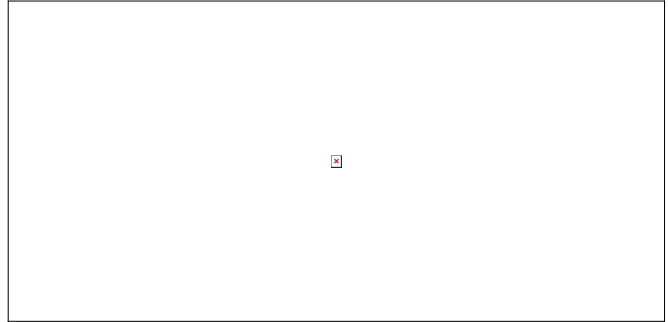
Et foredrag om kunstig intelligens, udvidet virkelighed og applikationer, der kombinerer online- og offlineverdenen, inden for den kinesiske detailhandel, med fokus på, hvad der skaber værdi for kunderne, snarere end hvad der skaber overskrifter.

Hovedpunkter:

- Konkrete anvendelser af AI og XR i den kinesiske detailhandel og markedsføring i dag
- Hvordan kinesiske virksomheder beslutter, hvilken teknologi der får operationel status
- Implikationer for vestlige virksomheders egne teknologiske køreplaner

Ashley Dudarenok's Videos





Hvad Ashley Dudarenok klienter siger

Ashley, du er selve indbegrebet af Disney-brandet! Tak for de utroligt indsigtsfulde, energifyldte og underholdende strategiværksteder!

John Sinke
Hong Kong Disneyland

Et absolut must for alle, der ønsker at følge med i den eksplosive udvikling inden for digitale og sociale medier i Kina og få indgående indsigt i området.

Joy Liu
LVMH

En fremragende hovedtale! Ashley var virkelig medrivende og formåede at sammenfatte alle tendenserne inden for digital markedsføring i Kina i et overskueligt format, så vi nemt kunne integrere disse indsigter i vores forretningsstrategi.

Eunice Chin
Shiseido

Et fantastisk indblik i den digitale verden i Kina. Hele sessionen var virkelig lærerig! Vi vil straks gå i gang med at udforske de nævnte apps og tjenester, så snart vi er tilbage. Ashley er meget vidende og handlingsorienteret!

Estee Wu

Clarins

Fantastisk og relevant indhold! En professionel og kyndig oplægsholder med en smittende energi. Der blev givet fremragende eksempler under oplægget.

Michelle Ng

Harley-Davidson

Ashley er uden tvivl eksperten, når det gælder sociale medier i Kina og det digitale miljø i landet generelt. Hendes foredrag er meget lærerigt, opdateret og interaktivt. Selvom jeg har boet i Kina i 2½ år, har jeg stadig lært utroligt meget af Ashley.

Joy Liui

Sephora

Ashleys foredrag om »New Retail« i Kina var konkret, spændende og et af konferencens absolutte højdepunkter. Ashley er vidende, professionel og en fremragende foredragsholder. Vi var glade for at arbejde sammen med hende og ser frem til et fremtidigt samarbejde.

Matt Haldane

SCMP

Ashley er fantastisk til markedsføring på kinesiske sociale medier og en utrolig engageret foredragsholder og leder. Jeg elskede den entusiasme, hun udviser, hver gang hun holder en tale. Og hendes kendskab til det kinesiske marked er helt fantastisk!

Jessica Ye

Trainor, Mulberry House

Jeg overværede Ashleys energifyldte oplæg om Kinas »New Retail« i Singapore. Hun gjorde stort indtryk med sin indsigt i det kinesiske e-handelsøkosystem og havde et klart overblik over de udfordringer, som udenlandske mærker står over for, når de forsøger at trænge ind på det kinesiske marked.

Wilie Low

Marketingdirektør, Siena

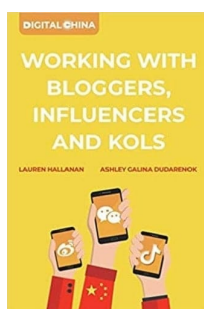
Jeg har haft lejlighed til at høre mange foredragsholdere, og jeg må indrømme, at Ashely er helt enestående. Hun udstråler en fantastisk energi på scenen og deler den med hele publikum. Desuden er hendes foredrag meget lærerige. Hun er helt opdateret på de nyeste tendenser inden for kinesiske sociale medier og ved, hvilke strategier der er mest effektive.

Domen Jere
Medstifter

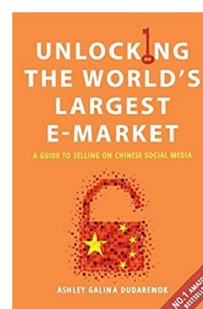
ASHLEY'S SENESTE BØGER



Ny detailhandel med rødder i Kina går globalt: Sådan ændrer kinesiske tech-giganter den globale handel



Digital China: Samarbejde med bloggere, influencere og KOL'er



Sådan får du adgang til verdens største e-handelsmarked: En guide til salg på kinesiske sociale medier

Ashley Dudarenok'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	€40000 to €90000	£35,001 - £75,000	\$50000 - \$100000
Asien og Stillehavsområdet	€40000 to €90000	£35,001 - £75,000	\$50000 - \$100000
Europa	€40000 to €90000	£35,001 - £75,000	\$50000 - \$100000
Mellemøsten og Afrika	€40000 to €90000	£35,001 - £75,000	\$50000 - \$100000
Sydamerika	€40000 to €90000	£35,001 - £75,000	\$50000 - \$100000
Storbritannien	€40000 to €90000	£35,001 - £75,000	\$50000 - \$100000
USA's østkyst	€40000 to €90000	£35,001 - £75,000	\$50000 - \$100000

USA's vestkyst	€40000 to €90000	£35,001 - £75,000	\$50000 - \$100000
Virtuel	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000