



Steven van Belleghem

FORFATTER · FUTURIST

De fleste organisationer mener, at de er kundefokuserede. De fleste af deres kunder er uenige. Kløften skyldes ikke et strategiproblem; strategierne findes, intentionerne er oprigtige, og præsentationerne er blevet holdt. Det er et problem med gennemførelse og kultur: afstanden mellem det, ledelsen beslutter, og det, kunden rent faktisk oplever. Den afstand bliver større, i takt med at kunstig intelligens hæver barren for kundernes forventninger, hvilket gør de organisationer, der ikke formår at mindske den, stadig mere synlige.

Steven van Belleghem er en belgisk forfatter og professor i markedsføring ved Vlerick Business School, der undersøger, hvorfor organisationer med ægte kundefokuserede ambitioner gang på gang ikke formår at omsætte dem til praksis, og som giver ledelsesteam en praktisk ramme til at lukke dette hul.

Steven van Belleghem's 2026 biografi

Hvorfor virksomheder samarbejder med Steven van Belleghem

- Hans *Diamond in the Rough*-rammeværk adresserer et specifikt, dokumenteret paradoks: Bain-undersøgelser viser, at 80 % af CEO'erne anser deres virksomhed for at være kundecentreret; kun 8 % af kunderne er enige. Van Belleghem giver ledelsesteams en præcis diagnose af denne fejl og en struktureret vej ud af den, ikke en opfordring til at prøve hårdere.
- Hans seks bøger, der spænder fra skiftet fra social handel (*The Conversation Manager*) over AI's indvirkning på kundeforhold (*Customers the Day After Tomorrow*) til udførelsesproblemet (*A Diamond in the Rough*), betyder, at publikum kommer med en kontekst. Keynoten bliver en arbejds-session snarere end en første introduktion.
- Hans investorposition i Hello Customer, en AI-drevet platform for kundeoplevelser, betyder, at hans påstande om AI og CX kommer fra praktisk erfaring, ikke fra kommentarer på konferencer.
- Han gør AI relevant for kommercielle og marketingledere uden at kræve en teknologisk baggrund, idet han placerer AI-investeringer specifikt i forhold til, hvad det betyder for kundernes forventninger og konkurrencemæssig differentiering.
- Hans tankegang er blevet afprøvet foran organisationer, hvor kundeoplevelsen ikke er et internt initiativ, men en indtægtskritisk prioritet: Disney, Mastercard, Heineken, Rabobank, Airbus og Salesforce er blandt hans dokumenterede kundebase.

TILGÆNGELIG FOR

- Engagement efter middagen
- Tal

STEVEN'S TALENDE TEMAER

- Digital transformation
- Forretningsstrategi og vækst
- Kulturforandring
- Kundeoplevelse og marketing
- Kunstig intelligens og generativ AI

SPROG: Engelsk

Højdepunkter i biografien

- Adjungeret professor i marketing ved Vlerick Business School; gæsteforelæser ved London Business School
- Forfatter til seks internationale bestsellere om kundeoplevelse, herunder *When Digital Becomes Human*, *Customers the Day After Tomorrow*, *The Offer You Can't Refuse* og *A Diamond in the Rough*: over 150.000 solgte eksemplarer på syv sprog
- *A Diamond in the Rough* blev af Forbes kåret som nr. 1 på listen over de 10 bedste forretningsbøger, man skal læse i 2024
- Medstifter af Nexxworks, et globalt innovations- og inspirationsbureau, og Snackbytes, et kreativt indholds-bureau
- Investor i Hello Customer (AI-drevet CX-plattform) og iO Digital
- Bestyrelsesmedlem i Plan International Belgium
- Kunderne omfatter Disney, Mastercard, Heineken, Booking.com, Rabobank, Airbus, Salesforce og Google; regelmæssig hovedtaler ved Oslo Business Forum

Biografi

En undersøgelse fra Bain sætter tal på et af de mest vedvarende problemer inden for kommerciel strategi: 80 % af CEO'erne beskriver deres virksomhed som kundecentreret; kun 8 % af kunderne er enige. Steven van Belleghem har brugt tyve år på at undersøge denne kløft: hvorfor den eksisterer, hvorfor den vedbliver trods reelle investeringer, og hvad der faktisk skal til for at lukke den.

Hans seks bøger sporer problemet gennem forskellige faser af den digitale forandring. *The Conversation Manager* behandlede skiftet mod social og dialogbaseret handel. *When Digital Becomes Human* argumenterede for, at automatisering, når den udføres korrekt, skaber mere plads til meningsfuld menneskelig kontakt, ikke mindre. *Customers the Day After Tomorrow* kortlagde, hvordan AI ville omforme kundernes forventninger, før de fleste organisationer havde en egentlig AI-strategi. *A Diamond in the Rough*, anbefalet af Forbes som den bedste erhvervsbog i 2024, tager fat på gennemførelsesproblemet: over 100 konkrete tiltag for organisationer, der har ambitionerne, men er gået i stå på planlægningsstadiet.

Van Belleghem er adjungeret professor i marketing ved Vlerick Business School og gæsteforelæser ved London Business School. Han var medstifter af Nexxworks, et inspirationsbureau, der arrangerer globale innovationsture for ledelsesteam, og er en aktiv investor i Hello Customer, en AI-drevet plattform for kundeoplevelser. Dette er ikke blot prydende meritter, men sætter hans argumenter i direkte kontakt med de operationelle realiteter, han beskriver.

Hans arbejde er direkte relevant for organisationer, der står over for et specifikt kommercielt pres: AI hæver barren for, hvad kunderne forventer, og de virksomheder, der vinder på oplevelsen, gør det gennem kultur og disciplin i udførelsen, ikke alene gennem teknologiudgifter. Dette argument er blevet fremført for publikum ved Oslo Business Forum og afprøvet hos kundeorganisationer, herunder Disney, Mastercard, Heineken, Rabobank, Airbus og Salesforce.

Vigtigste foredragsemner

- Strategi og gennemførelse af kundeoplevelser
- Kundecentreret kultur og organisatorisk adfærd

- AI og fremtiden for kundeforhold
- Digital transformation og konkurrencemæssig standard
- Kløften mellem CX-ambitioner og CX-levering
- Langfristet kundeværdi og loyalitetsstrategi
- Menneskelig oplevelse i en automatiseret verden

Ideel for

- Marketingchefer og kundechefer, der leder oplevelsestransformationen
- Kommercielle ledelsesteam, hvor kundefastholdelse og loyalitet er afgørende for omsætningen
- Ledere og bestyrelsesmedlemmer, der udformer investeringsstrategier for digitalisering og AI
- Organisationer, der har investeret i CX-programmer og ikke ser det forventede afkast

Resultater for målgruppen

- En specifik ramme til at diagnosticere kløften mellem kundecentrerede intentioner og kundernes oplevelse af virkeligheden
- En klarere forståelse af, hvordan AI hæver konkurrenceniveauet for kundernes forventninger – og hvad det betyder for strategien nu
- Konkrete, handlingsrettede skridt til at forankre kundekulturen på organisationsniveau, ud over ledelsesteamet
- En ny vinkel på digitale investeringer: teknologi som et middel til at forbedre menneskelige relationer, ikke som en erstatning for dem
- Et fælles sprog for ledelsesteam til at diskutere fejl i CX-gennemførelsen uden at tilskrive det indsats eller intention

Steven van Belleghem's 2026 talks & topics

CX-strategi: Et tilbud, du ikke kan sige nej til

Denne hovedtale undersøger, hvorfor produktkvalitet, fremragende service og digital brugervenlighed nu er grundlæggende forventninger snarere end konkurrencefordele, og hvad virksomheder skal gøre for at opbygge kundeforhold, der rækker ud over ren effektivitet.

Hovedpunkter:

- Hvorfor produktkvalitet og bekvemmelighed er minimumskrav, ikke differentieringsfaktorer
- Begrænsningerne ved transaktionsbaserede kundeforhold, der udelukkende bygger på bekvemmelighed
- Hvad der skal til for at skabe et kundetilbud, der skaber varig loyalitet og anbefalinger

Sådan skaber man en stærk kundekultur: En uslebne diamant

Dette foredrag omhandler paradokset mellem organisationers ambitioner om at skabe en god kundeoplevelse og den faktiske gennemførelse – og hvorfor de fleste virksomheder står fast mellem

intention og realisering.

Hovedpunkter:

- Hvorfor stærke kundeintentioner konsekvent ikke kommer længere end strategidokumentet
 - De specifikke kulturelle og adfærdsmæssige faktorer, der blokerer for gennemførelsen af CX
 - En praktisk ramme for at indføre en kundecentreret kultur på alle niveauer i organisationen
-

Forvandl menneskets rolle i kundeoplevelsen: Når det digitale bliver menneskeligt

Dette hovedindlæg handler om, hvordan selvbetjening, automatisering og data ændrer kundeforholdene, og hvorfor teknologi uden menneskelig vurdering giver et faldende udbytte.

Hovedpunkter:

- Hvordan automatisering, big data og digitale kanaler omformer kundernes forventninger til menneskelig interaktion
 - Hvorfor digital transformation er nødvendig, men ikke tilstrækkelig for en konkurrencedygtig kundeoplevelse
 - Hvordan man positionerer menneskelig empati og dømmekraft som det, der adskiller sig i et automatiseret miljø
-

Kundeoplevelse og kunstig intelligens: Kunderne i overmorgen

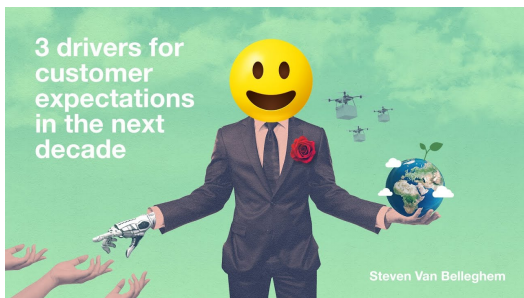
Denne session undersøger, hvordan kunstig intelligens omformer kundeforholdene, og hvorfor de organisationer, der drager størst fordel heraf, er dem, der sætter kundeværdi – ikke teknologiske muligheder – i centrum for deres beslutninger om kunstig intelligens.

Hovedpunkter:

- Hvordan AI ændrer servicens hastighed, personalisering og bekvemmelighed – og hvad det betyder for konkurrencegrundlaget
- Risikoen ved at prioritere teknologi frem for kundefordele i AI-strategien
- Hvordan man opbygger en AI-tilgang, der skaber konkret kommerciel værdi gennem forbedrede kunderesultater

Steven van Belleghem's Videos





Hvad Steven van Belleghem klienter siger

Steven fandt den perfekte balance ved at inddrage humor, give konkrete eksempler og præsentere praktiske rammer, som vi nemt kunne anvende til at fremskynde vores CX-strategi. Mange kolleger betragtede hans oplæg som højdepunktet på vores to-dages arrangement.

Lynsey Reid

Heineken

Steven gjorde sig stor umage inden vores arrangement med at lytte til, hvad der var vigtigt for os hos Airbus, så han på selve dagen virkelig ramte plet. Han fik os til at reflektere over, hvad det vil sige at være en leder, når vi virkelig sætter kunden i centrum for alt, hvad vi gør.

Paul Conway

Airbus

Samarbejdet med Steven Van Belleghem overgår gang på gang vores højeste forventninger. Stevens evner som historiefortæller er virkelig bemærkelsesværdige og vidner om hans mestring af fængslende fortællinger.

Gesner Filoso

Teleperformance

Steven Van Belleghem er en af de bedst bedømte foredragsholdere i Oslo Business Forums historie. Han satte scenen i brand og gav inspiration og konkrete værktøjer til tusindvis af virksomhedsledere. Kan varmt anbefales!

Christoffer Omberg

Oslo Business Forum

Steven er fast hovedtaler ved vores arrangementer, og hver gang er hans optræden et absolut højdepunkt. Han har en helt unik og autentisk stil: Ved at kombinere akademisk dybde med velunderbyggede eksempler krydrer han sine præsentationer med en fantastisk sans for humor.

Anthony Belpaire

Google

Steven holder ofte foredrag hos Rabobank. Vi sætter stor pris på den energi og humor, han bringer ind i sin formidling af indholdsrigt materiale. Hans syn på kundefokus i en digital verden er virkelig banebrydende, og hans foredrag har virkelig gennemslagskraft.

Wiebe Draijer

administrerende direktør, Rabobank

Jeg kontaktede Steven for halvandet år siden, fordi jeg havde brug for en dygtig foredragsholder til mit vigtigste arrangement. Han kom til arrangementet og holdt ikke blot et fremragende foredrag, men skabte også en helt særlig kontakt til publikum. Publikum sad som klistret til deres stole og ville gerne have mere. Jeg kan virkelig anbefale ham.

Paola Cabrera Magaña

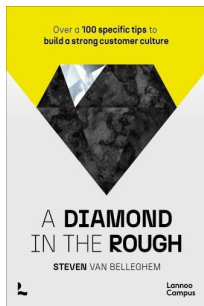
Kommunikationschef

Stevens præsentation havde vores forhandlere i sin hule hånd. Med sin store humor gav han vores organisation et digitalt wake-up call, og nu ligger en ny verden med spændende perspektiver og venter på at blive opdaget.

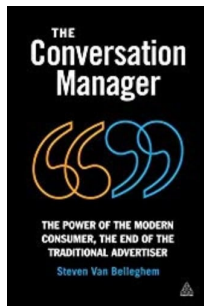
Steve Vanslype

Marketing- og kommunikationschef for varevogne, Mercedes-Benz

STEVEN'S SENESTE BØGER



En uslebne diamant: Over 100 konkrete tips til at opbygge en stærk kundekultur



The Conversation Manager: Den moderne forbrugers indflydelse - slutningen for den traditionelle annoncør



Når det digitale bliver menneskeligt: Forvandlingen af kundeforholdene

Steven van Belleghem'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	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Asien og Stillehavsområdet	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Europa	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Mellemøsten og Afrika	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Sydamerika	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Storbritannien	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
USA's østkyst	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
USA's vestkyst	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Virtuel	Please enquire	Please enquire	Please enquire