



## Aljan De Boer

Aljan de Boer est un conférencier spécialisé dans les tendances socioculturelles qui aide les cadres supérieurs à comprendre comment les évolutions sociétales influencent les clients, les employés et la stratégie d'entreprise.

- Responsable de l'inspiration chez TrendsActive, un cabinet de conseil en tendances basé aux Pays-Bas.
- Travaille à la traduction de la recherche socioculturelle en implications stratégiques pour les organisations.
- Membre de l'équipe de l'Institute for Real Growth, où il dirige des programmes et apporte son soutien à la communauté des dirigeants.
- Collabore avec la communauté mondiale des directeurs marketing (CMO) de l'IRG, qui compte, selon l'IRG, plus de 400 membres.
- Donne des conférences axées sur l'impact des changements générationnels, économiques et géopolitiques sur les entreprises.

### biographie de Aljan De Boer 2026

#### Principaux thèmes abordés

- Tendances socioculturelles et stratégie d'entreprise
- Évolution des générations et génération Z
- Comportement des consommateurs face aux pressions économiques
- Incertitude géopolitique et impact sur le marché
- Traduire la recherche en actions organisationnelles
- Stratégie de marque et stratégie client dans des sociétés en mutation

#### Idéal pour

- Les directeurs marketing et les équipes de direction marketing
- Comités de direction et équipes de direction
- Responsables de la marque et de la stratégie
- Conférences d'entreprise axées sur la stratégie d'avenir

#### Résultats attendus

- Une compréhension claire des grands changements socioculturels qui façonnent les marchés
- Une vision approfondie de l'impact du changement générationnel sur les marques et le monde du travail
- Méthodes structurées pour interpréter les études en vue de prendre des décisions stratégiques
- Une perspective plus large sur les influences économiques et géopolitiques sur les clients

#### DISPONIBLE POUR

- Intervention

#### IES THÈMES D'INTERVENTION DE ALJAN

- Avenir du travail
- Économie comportementale
- Expérience client et marketing
- Impact géopolitique
- Mise en œuvre des critères ESG
- Planification de scénarios et prospective stratégique
- Stratégie et croissance d'entreprise

#### LANGUES: Anglais

## **Pourquoi les organisations travaillent avec Aljan de Boer**

- Relie directement la recherche socioculturelle aux questions commerciales et stratégiques.
- Apporte son expérience de collaboration avec une communauté mondiale de directeurs marketing.
- Fournit une interprétation de haut niveau des tendances sociétales complexes.
- Aide les organisations à traduire les changements émergents en implications pratiques pour la stratégie de marque et d'entreprise.

## **Biographie**

Aljan de Boer aide les dirigeants à comprendre les forces socioculturelles qui redessinent les marchés, les marques et les organisations. Son travail consiste à traduire les changements sociétaux en implications stratégiques claires pour les clients, les employés et l'orientation commerciale à long terme.

En tant que responsable de l'inspiration chez TrendsActive, un cabinet de conseil en tendances basé aux Pays-Bas, il travaille à la croisée de la recherche socioculturelle et de la stratégie. Il contribue au développement et à l'application d'un modèle de tendances structuré qui relie les connaissances académiques et l'analyse sociale à la prise de décision organisationnelle pratique.

Aljan fait également partie de l'équipe de l'Institute for Real Growth, où il dirige des programmes et soutient sa communauté de cadres dirigeants. Grâce à son travail avec la communauté mondiale des directeurs marketing (CMO) de l'IRG, que l'organisation décrit comme comptant plus de 400 membres, il interagit directement avec des responsables marketing de haut niveau confrontés à la complexité, à l'incertitude et à l'évolution des attentes des consommateurs.

Ses présentations explorent les changements générationnels, les pressions économiques, l'instabilité géopolitique et la transformation sociétale au sens large. Il permet à son public de cadres supérieurs de mieux comprendre comment ces forces influencent la stratégie de marque, le comportement des clients et les priorités organisationnelles, transformant ainsi la recherche en connaissances pertinentes sur le plan commercial.

## **Aljan De Boer's 2026 talks & topics**

### **S'épanouir en période d'incertitude**

Cette présentation examine comment les consommateurs font face à la hausse des prix, à l'instabilité géopolitique et à l'incertitude sociétale générale, ainsi que les implications pour les marques en quête d'une croissance durable et inclusive. S'appuyant sur des recherches en sciences sociales, elle traduit des connaissances issues de la psychologie, de la sociologie et de l'anthropologie en stratégies

commerciales claires. La session explore le « repli sur soi », l'évolution des dynamiques de confiance et l'émergence d'une culture de crise afin d'aider les organisations à répondre aux besoins des clients à court et à long terme.

**Points clés à retenir :**

- Compréhension de la manière dont les consommateurs font face à l'incertitude et équilibrent leurs priorités à court et à long terme
- Aperçu des changements psychologiques, sociologiques et culturels qui façonnent les comportements
- Traduction claire de la recherche sociale en implications pratiques pour la marque et la stratégie

---

**Comment aider les gens dans leur quête de sens**

Cette présentation explore les opportunités et les responsabilités croissantes qui incombent aux organisations pour contribuer à une vie plus riche de sens. Elle aborde le bien-être mental, les liens sociaux et la création d'expériences transcendantales, en expliquant pourquoi ces thèmes prennent de plus en plus d'importance. La session décrit comment les organisations peuvent répondre aux pressions pesant sur la santé mentale et à l'évolution des attentes en matière de liens sociaux.

**Points clés à retenir :**

- Contexte des facteurs sociétaux à l'origine de la quête de sens
- Aperçu du rôle du bien-être mental et des liens sociaux dans la vie des individus
- Des lignes directrices sur la manière dont les organisations peuvent devenir plus significatives

---

**Préparez-vous pour l'avenir : pourquoi et comment rester pertinent aux yeux de la génération Z**

Cette présentation explique ce qui motive le comportement de la génération Z et comment les organisations peuvent traduire ces enseignements en stratégie et en opportunités. Elle va au-delà des tactiques superficielles pour examiner comment des expériences marquantes telles que le changement climatique, la polarisation politique et la pandémie façonnent la mentalité, les valeurs et les attentes de la génération Z vis-à-vis des marques.

**Points clés à retenir :**

- Compréhension des forces mondiales qui façonnent la vision de la génération Z
- Aperçu de la manière dont ces forces influencent les valeurs, les besoins et les attentes
- Conseils stratégiques pour rester pertinent auprès de la plus jeune génération

Les frais spécifiques sont compris dans les fourchettes indiquées. Celles-ci sont présentées à titre indicatif et peuvent être modifiées sans préavis.

	<b>EUR</b>	<b>GBP</b>	<b>USD</b>
<b>Pays d'origine</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Asie-Pacifique</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Europe</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Moyen-Orient et Afrique</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Amérique du Sud</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Royaume-Uni</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Côte Est des États-Unis</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Côte ouest des États-Unis</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
<b>Virtuel</b>	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000