



Aljan De Boer

Aljan de Boer är en huvudtalare inom sociokulturella trender som hjälper ledande befattningshavare att förstå hur samhällsförändringar påverkar kunder, medarbetare och affärsstrategier.

- Inspirationschef på TrendsActive, ett trendkonsultföretag med säte i Nederländerna.
- Arbetar med att omsätta sociokulturell forskning till strategiska implikationer för organisationer.
- Ingår i teamet vid Institute for Real Growth, där han leder program och stöder dess ledningsgrupp.
- Arbetar med IRG:s globala CMO-nätverk, som enligt IRG består av över 400 medlemmar.
- Håller föreläsningar med fokus på hur generationsskiften, ekonomiska förändringar och geopolitiska omvälvningar påverkar näringslivet.

Aljan De Boer:s 2026 biografi

TILLGÄNGLIG FÖR

- Föreläsningar

Viktiga föreläsningssämen

- Sociokulturella trender och affärsstrategi
- Generationsskiften och generation Z
- Konsumentbeteende under ekonomisk press
- Geopolitisk osäkerhet och marknadspåverkan
- Att omsätta forskning i organisatoriska åtgärder
- Varumärkes- och kundstrategi i föränderliga samhällen

Perfekt för

- Marknadschefer och ledningsgrupper inom marknadsföring
- Styrelser och ledningsgrupper
- Varumärkes- och strategiledare
- Företagskonferenser med fokus på framtidsinriktad strategi

Resultat för deltagarna

- Tydlig förståelse för de stora sociokulturella förändringar som formar marknaderna
- Insikt i hur generationsskiftet påverkar varumärken och arbetslivet
- Strukturerade metoder för att tolka forskning för strategiska beslut
- Ett bredare perspektiv på ekonomiska och geopolitiska faktorer som påverkar kunderna

ALJAN:S TALANDE TEMAN

- Affärsstrategi och tillväxt
- Arbetets framtid
- Beteendekonomi
- ESG-implementering
- Geopolitisk påverkan
- Kundupplevelse och marknadsföring
- Scenarioplanering och strategisk framtidsanalys

SPRÅK: Engelska

Varför organisationer arbetar med Aljan de Boer

- Kopplar samhällskulturell forskning direkt till kommersiella och strategiska frågor.

- Har erfarenhet av att arbeta med en global CMO-gemenskap.
- Tillhandahåller tolkning på ledningsnivå av komplexa samhällstrender.
- Hjälper organisationer att omsätta nya förändringar till praktiska konsekvenser för varumärkes- och affärsstrategi.

Biografi

Aljan de Boer hjälper ledande befattningshavare att förstå de sociokulturella krafter som omformar marknader, varumärken och organisationer. Hans arbete fokuserar på att omsätta samhällsförändringar i tydliga strategiska implikationer för kunder, medarbetare och långsiktig affärsinriktning.

Som Head of Inspiration på TrendsActive, ett trendkonsultföretag baserat i Nederländerna, arbetar han i gränslandet mellan sociokulturell forskning och strategi. Han bidrar till utvecklingen och tillämpningen av en strukturerad trendmodell som kopplar samman akademisk insikt och social analys med praktiskt organisatoriskt beslutsfattande.

Aljan ingår också i teamet på Institute for Real Growth, där han leder program och stöder dess ledningsgrupp. Genom sitt arbete med IRG:s globala CMO-nätverk, som enligt organisationen består av över 400 medlemmar, samverkar han direkt med ledande marknadsföringschefer som navigerar i komplexitet, osäkerhet och föränderliga konsumentförväntningar.

Hans huvudtal utforskar generationsskiften, ekonomiskt tryck, geopolitisk instabilitet och bredare samhällsförändringar. Han ger ledande befattningshavare en tydligare förståelse för hur dessa krafter påverkar varumärkesstrategi, kundbeteende och organisatoriska prioriteringar, och omvandlar forskning till kommersiellt relevant insikt.

Aljan De Boer s 2026 samtal & ämnen

Att klara sig bra i osäkra tider

Denna presentation undersöker hur konsumenter hanterar stigande priser, geopolitisk instabilitet och en allmän samhällelig osäkerhet, samt vad detta innebär för varumärken som strävar efter hållbar och inkluderande tillväxt. Med utgångspunkt i samhällsvetenskaplig forskning omvandlas psykologiska, sociologiska och antropologiska insikter till tydliga affärsstrategier. Sessionen utforskar begreppet "att vända sig inåt", förändrade förtroendedynamiker och framväxten av en kriskultur för att hjälpa organisationer att möta både kortsiktiga och långsiktiga kundbehov.

Viktiga slutsatser:

- Förståelse för hur konsumenter hanterar osäkerhet och balanserar kort- och långsiktiga prioriteringar
 - Insikt i de psykologiska, sociologiska och kulturella förändringar som formar beteendet
 - Tydlig översättning av social forskning till praktiska konsekvenser för varumärken och strategier
-

Hur man kan bidra till människors sökande efter mening

Denna presentation undersöker de växande möjligheterna och det ökande ansvaret som organisationer har när det gäller att bidra till ett mer meningsfullt liv. Den tar upp psykiskt välbefinnande, sociala kontakter och skapandet av transcendentala upplevelser, samt ger en bakgrund till varför dessa teman blir allt viktigare. Sessionen beskriver hur organisationer kan hantera påfrestningarna på den psykiska hälsan och de föränderliga förväntningarna kring sociala band.

Viktiga slutsatser:

- Bakgrund till de samhälleliga drivkrafterna bakom sökandet efter mening
- Insikt i den roll som psykiskt välbefinnande och sociala kontakter spelar i människors liv
- Riktlinjer för hur organisationer kan bli mer meningsfulla

Förbered dig för framtiden: varför och hur du kan vara relevant för generation Z

Denna presentation förklarar vad som driver generation Z:s beteende och hur organisationer kan omsätta dessa insikter i strategi och affärsmöjligheter. Den går bortom ytliga taktiker för att undersöka hur formativa upplevelser som klimatförändringar, polariserad politik och pandemin formar generation Z:s tankesätt, värderingar och förväntningar på varumärken.

Huvudpunkter:

- Förståelse för de globala krafter som formar generation Z:s synsätt
- Insikt i hur dessa krafter påverkar värderingar, behov och förväntningar
- Strategisk vägledning för att förbli relevant för den yngsta generationen

Aljan De Boer's 2026 speaking fees

Specifika avgifter faller inom de intervall som visas. Dessa presenteras endast som en vägledning och kan ändras utan föregående meddelande.

	EUR	GBP	USD
Hemland	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Asien och Stilla-havsområdet	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Europa	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Mellanöstern & 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 östkust	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
USA:s västkust	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Virtuell	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000