



Chris Endersby

ENTREPRENÖR / GRUNDARE • FÖRETAGSLEDARE

De flesta B2B-varumärken som befinner sig i tillväxtfasen låter ganska likartade när de når serie B-finansieringsrundan. Grundarens ursprungliga övertygelse har tonats ned av styrelsen, webbplatsen ser ut som en sammansättning av tre konkurrenter, och säljteamet säljer in funktioner eftersom inget annat känns hållbart. Kostnaden visar sig senare, i form av prispress, nyanställda som inte kan förklara varför de valde att ansluta sig, och en marknad som behandlar företaget som en handelsvara.

Chris Endersby är affärspsykolog och medgrundare av Firestarter, där han hjälper grundare av snabbväxande B2B-företag att bygga varumärken som behåller sin särprägel även under kommersiell press.

Chris Endersby:s 2026 biografi

Varför organisationer anlitar Chris Endersby

- Han betraktar ett varumärke som ett internt operativsystem innan han ser det som en marknadsföringstillgång, vilket innebär att arbetet förändrar ledningsgruppens beteende, inte bara företagets utseende.
- DARE-metoden, som han var med och utvecklade på Firestarter, ger grundare ett strukturerat sätt att testa om deras positionering verkligen är differentierad, autentisk för teamet, tilltalar köparen och uttrycks konsekvent i alla kontaktpunkter.
- Hans bakgrund ligger i skärningspunkten mellan förändringsarbete på JP Morgan, KPMG, UBS och Barclays och riskhantering i frontlinjen inom barnskydd, vilket ger honom en icke-marknadsföringsmässig inblick i hur människor faktiskt reagerar på störningar och osäkerhet.
- Han är registrerad inom både coachingpsykologi och psykoterapi, vilket innebär att han kan föra de svårare samtalen som uppstår när en grundares uttalade varumärke och teamets upplevda verklighet inte stämmer överens.

Biografiska höjdpunkter

- Medgrundare och COO för Firestarter, ett Londonbaserat varumärkeskonsultföretag för målinriktade B2B-företag i tillväxtfas.
- Medutvecklare av DARE-metoden (Differentiation, Authenticity, Resonance, Expression).
- Erfarenhet av företagsförändringar och konsultverksamhet hos JP Morgan, KPMG, UBS och Barclays.
- Dubbel yrkesregistrering inom coachingpsykologi och psykoterapi.
- Tidigare karriär som praktiker, chef och forskare inom barnskydd.

TILLGÄNGLIG FÖR

- Coaching
- Föreläsningar
- Konsulttjänster

CHRIS:S TALANDE TEMAN

- Affärsstrategi och tillväxt
- Entreprenörskap
- Förändringsledning
- Kundupplevelse och marknadsföring
- Organisationskultur
- Varumärkesstrategi

SPRÅK: Engelska

Biografi

B2B-varumärken i tillväxtfas tenderar att misslyckas på samma sätt. Grundarens ursprungliga övertygelse urvattnas i kommittén, språket glider mot det som konkurrenterna säger, och teamet kan inte längre förklara i klartext varför en kund ska välja just dem. Chris Endersbys arbete utgår från detta misslyckandemönster och från iakttagelsen att varumärket sällan är ett marknadsföringsproblem i första hand. Det är ett ledarskaps- och beteendeproblem som yttrar sig som ett marknadsföringsproblem.

Endersby var med och grundade Firestarter, ett konsultföretag i London som arbetar med grundare av B2B-företag i tillväxtfas för att återuppbygga den övertygelsen. Tillsammans med sin affärspartner utvecklade han DARE-metoden, som utsätter ett varumärke för fyra praktiska tester: är det verkligen differentierat på sin marknad, autentiskt för de människor som måste leva med det, resonerar det med den målgrupp det försöker nå, och uttrycks det konsekvent i allt företaget gör? Metoden är utformad för att göra varumärkesarbetet mätbart snarare än estetiskt.

Hans trovärdighet för detta arbete kommer från en ovanlig bakgrund. Han har tillbringat år inom företagsförändringsprogram hos JP Morgan, KPMG, UBS och Barclays, där han lärde sig hur stora organisationer faktiskt tar till sig ny strategi. Innan dess arbetade han med barnskydd som praktiker, chef och forskare, vilket ger honom en praktisk förståelse för risker, mänskligt beteende under press och klyftan mellan vad institutioner säger att de gör och vad de faktiskt gör. Han är registrerad inom både coachingpsykologi och psykoterapi.

Resultatet är en talare som kan sätta sig framför ett grundarteam och ställa de frågor som varumärkesbyråer vanligtvis undviker: om ledningsgruppen verkligen tror på sin egen positionering, var teamets beteende strider mot de uttalade värderingarna och vad kostnaden för den motsättningen är när det gäller rekrytering, prissättning och personalbehållning.

Viktiga föreläsningssämenen

- Varumärkesdifferentiering för scale-up B2B
- Autentisk positionering och syfte
- Grundarledd varumärkesstrategi
- Organisationsbeteende och varumärke
- Förändring och omvandling i företag i tillväxtfas
- Coachingpsykologi tillämpad på ledningsgrupper

Perfekt för

- Grundare och VD:ar för B2B-företag i serie A till serie C som står inför en omprofilering eller ompositionering
- Marknadschefer och varumärkesansvariga inom scale-ups där varumärket har vuxit ifrån sin ursprungliga historia
- Ledningsgrupper som förbereder sig för en finansieringsrunda, förvärv eller internationell expansion där positioneringen granskas noggrant

Resultat för målgruppen

- Ett tydligare test för att avgöra om deras nuvarande positionering verkligen är differentierad eller bara välformulerad

- En praktisk förståelse för varför varumärkesarbete misslyckas när det stannar inom marknadsföringsfunktionen
- Konkreta frågor att ta med tillbaka till det egna ledningsteamet om klyftan mellan uttalade värderingar och faktiskt beteende
- Ett ramverk (DARE) för att granska varumärkesuttrycket inom produkt, försäljning, rekrytering och intern kommunikation

Chris Endersby s 2026 samtal & ämnen

Äkthet: Varumärkesbyggande inifrån och ut

Hur man bygger ett varumärke som håller ihop eftersom teamet bakom det verkligen tror på det, inte för att byrån har skrivit en bra slogan.

Viktiga punkter:

- Varför äkthet är ett ledarskapsbeteende innan det är ett marknadsföringsbudskap
- Hur man synliggör klyftan mellan uttalade värderingar och teamets faktiska beteende
- Hur intern samstämmighet ser ut i praktiken, granskad mot DARE-testerna

Från gnista till låga: Att ge ditt företag ett mänskligt ansikte

Ett föredrag för grundare vars ursprungliga övertygelse har tonats ned i takt med att företaget vuxit, och som vill återinföra den mänskliga dimensionen i ett B2B-varumärke.

Huvudpunkter:

- När grundarens röst går förlorad i övergången från start-up till scale-up
- Den kommersiella kostnaden för ett operativt B2B-varumärke
- Praktiska åtgärder för att återinföra grundarens synvinkel utan att varumärket känns litet

Uttryck med genomslagskraft: Att visa sig från sin bästa sida, varje dag

Hur ett varumärke i själva verket byggs upp genom hundratals små, återkommande signaler inom produktutveckling, försäljning, rekrytering och kundupplevelse – inte genom enstaka kampanjer.

Viktiga slutsatser:

- Varför mikrokonsistens är effektivare än stora varumärkeskampanjer
 - De dagliga kontaktpunkterna som ledare underskattar
 - Hur man upptäcker var varumärket tappar förtroende
-

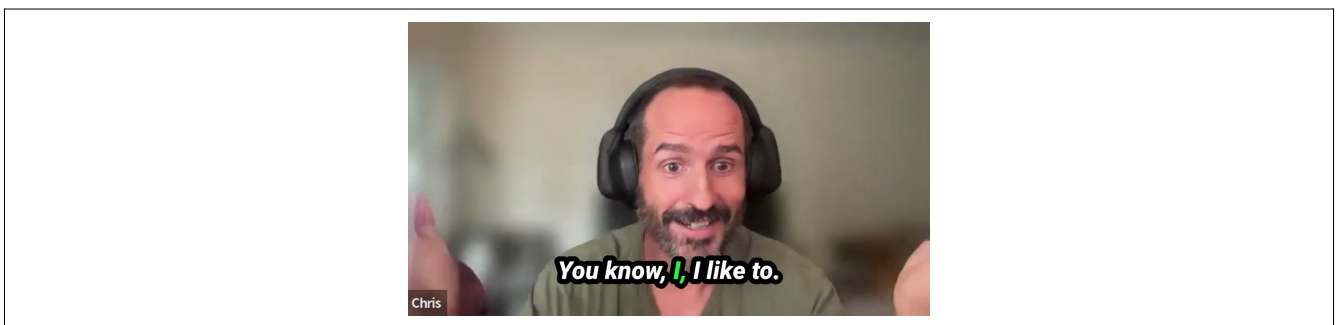
MVP Branding: Det smarta sättet att starta och utveckla ditt företag

Ett praktiskt föredrag för nystartade företagare om hur man bygger ett trovärdigt varumärke utan att satsa för mycket innan man hittat rätt produkt-marknads-matchning.

Huvudpunkter:

- Vad ett minimalt livskraftigt varumärke faktiskt behöver göra
- Var grundare slösar pengar på varumärkesarbete för tidigt
- Hur man utvecklar positioneringen i takt med att verksamheten växer utan att behöva börja om från början varje gång

Chris Endersby's Videos



Vad Chris Endersbys kunder säger

Jag vill bara säga ett stort tack till dig och Chris för ert föredrag på Greenford Quay. Det var helt fantastiskt att ha er där - både för mig själv och TIC, men också (och framför allt!) för publiken som var så engagerad i det ni hade att säga. Tack också för att ni stannade kvar efteråt; jag vet hur mycket gästerna uppskattade att få prata med er.

Alasdair Moore
Intrepid Collective

Workshopparna var upplysande och lärorika. Det känns som att vi för första gången på tio år har fått klarhet kring vårt varumärke.

Grundande styrelseledamöter, Dapatchi

Ännu ett fantastiskt avsnitt, fullt av utmärkta praktiska tips för småföretag.

Mark Williams

Podcasten "Starta eget företag"

Chris Endersby'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	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Europa	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Mellanöstern & Afrika	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Sydamerika	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Storbritannien	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
USA:s östkust	Please enquire	Please enquire	Please enquire
USA:s västkust	Please enquire	Please enquire	Please enquire
Virtuell	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000