



Hamish Taylor

FÖRETAGSLEDARE

De flesta stora organisationer inser att deras nästa steg måste gå utanför branschens invanda mönster. Men de har svårt att omsätta denna insikt i praktiken. Interna team faller ofta tillbaka på jämförelser med branschkollegor, kundundersökningar som bekräftar befintliga antaganden och innovationsprocesser som resulterar i små produktförbättringar snarare än helt nya erbjudanden.

Hamish Taylor är före detta vd för Eurostar och Sainsbury's Bank och hjälper företag att omforma sitt kunderbjudande genom att medvetet hämta inspiration från andra branscher.

Hamish Taylor:s 2026 biografi

Varför företag anlitar Hamish Taylor

- Ledande befattningar inom tre helt olika branscher på VD-nivå: flygbranschen hos British Airways, gränsöverskridande tågtrafik hos Eurostar och privatbankverksamhet hos Sainsbury's Bank – allt detta innan han fyllde 40.
- En specifik innovationsmetod, inte en allmän uppmaning att tänka annorlunda. "Masterthief"-metoden kopplar ihop ett definierat affärsproblem med en icke-relaterad sektor som redan har löst ett strukturellt liknande problem, och översätter sedan mekanismen tillbaka.
- Konkreta sektorsövergripande överföringar som han kan redogöra för från början till slut: inredningsarkitekter för yachter som anlits för att utforma kabinerna hos British Airways, Disneys köhantering tillämpad på flygplatsupplevelsen, rugbydomare som anlits för att hantera risker och regelefterlevnad inom bankväsendet.
- En senior rådgivande ställning som matchar rummet. Ordförande i EMEA-rådgivningskommittén för Emory University, icke-verkställande direktör för Chartered Brands, förvaltare av Robert T Jones-stipendiet och mottagare av Emorys Sheth Distinguished International Alumnus Award.
- Arbetar med hela publikspektrumet, från styrelse- och VD-nivå till operativ personal i frontlinjen, med samma material översatt för varje nivå istället för en enda fast presentation.

Höjdpunkter i biografien

- Tidigare VD för Eurostar Group, efter att ha börjat som verkställande direktör för Eurostar (UK) Ltd 1997 med uppdraget att vända stora förluster.
- Tidigare VD för Sainsbury's Bank, ett joint venture mellan J Sainsbury

TILLGÄNGLIG FÖR

- Engagemang efter middagen
- Föreläsningar

HAMISH:S TALANDE TEMAN

- Affärsstrategi och tillväxt
- Förändringsledning
- Innovation och omvälvning
- Kundupplevelse och marknadsföring
- Varumärkesstrategi

SPRÅK: Engelska

plc och Bank of Scotland.

- Tidigare chef för varumärkeshantering på British Airways, ansvarig för First, Club World, Club Europe, Concorde och Shuttle, inklusive införandet av flatbäddar.
- Rail Professional Business Manager of the Year 1998 för resultaten hos Eurostar.
- Sheth Distinguished International Alumnus Award, Emory University; ordförande i Emorys rådgivande kommitté för EMEA.
- Medlem av Chartered Institute of Bankers och Chartered Institute of Transport.

Biografi

Eurostar var tre år gammalt och gick med stora förluster när Hamish Taylor tillträdde som verkställande direktör för den brittiska verksamheten 1997. Inom två år ledde han Eurostar-koncernen i Storbritannien, Frankrike och Belgien och hade utsetts till Rail Professional Business Manager of the Year. Vid 36 års ålder hade han redan varit chef för varumärkeshantering hos British Airways, där nylanseringen av Club World, Club Europe och First Class innefattade införandet av liggande sängar.

I slutet av 1999 hade han bytt jobb igen, denna gång för att leda Sainsbury's Bank som VD, ett joint venture mellan J Sainsbury och Bank of Scotland. Tre branscher, tre VD-uppdrag, allt innan han fyllt 40. Mönstret var detsamma i alla tre: en organisation som hade slutat söka svar utanför sin egen sektor, och ett kunderbjudande som hade glidit ifrån det som kunden faktiskt värdesatte.

Det mönstret ligger till grund för hans nuvarande arbete. Inspired Leaders Network gav honom titeln "Masterthief" för det sätt på vilket han driver innovation som en översättningsövning. Inredningsarkitekter för yachter hjälpte till att omforma flygplanskabiner. Disneys köhantering inspirerade flygplatsupplevelsen. Logiken bakom rugbydomarskap tillämpades på bankrisk och regelefterlevnad. Varje överföring var en strukturell matchning mellan ett problem och en sektor som redan hade löst något motsvarande.

Idag ger han råd till företag och regeringar om innovation, kundfokus och ledarskap, är ordförande i EMEA:s rådgivande kommitté för Emory University, sitter som icke-verkställande direktör i Chartered Brands och är förvaltare av Robert T Jones minnesstipendium. Emory har uppmärksammat hans arbete med utmärkelsen Sheth Distinguished International Alumnus Award.

Viktiga föreläsningssämen

- Sektorsövergripande innovation och idéöverföring
- Kunddriven affärstransformation
- Varumärkesstrategi och utformning av kunderbjudanden
- Ledning av organisatoriska förändringar
- Tjänsteinnovation i reglerade branscher
- Tillväxtstrategi efter en vändning

Perfekt för

- VD:ar och ledningsgrupper som omformar ett kunderbjudande efter en strukturell förändring på marknaden
- Marknadschefer samt ledare inom varumärkes- och kundupplevelse

som omsätter strategi i praktisk verksamhet

- Innovations-, transformations- och strategiledare som behöver en arbetsmetod, inte en diskussion om företagskultur
- Styrelser i reglerade sektorer som söker en extern operatörs syn på kunder och tillväxt

Resultat för deltagarna

- En specifik teknik för att hitta innovationer utanför sektorn, med konkreta exempel från flyg-, järnvägs- och banksektorn.
- En tydligare bild av hur organisationens kundlöfte har avvikit från kundens faktiska definition av värde.
- Konkret språk för att beskriva skillnaden mellan branschjämförelser och matchning av strukturella problem.
- Referensfall från BA, Eurostar och Sainsbury's Bank som kan översättas till deras egen kontext snarare än att bara vara anekdoter.

Hamish Taylor s 2026 samtal & ämnen

Vårt kundlöfte

En arbetsmetod som sätter kunden i centrum för organisationens verksamhet istället för i slutet av processen.

Viktiga slutsatser:

- När standardiserad kundundersökning förstärker det befintliga erbjudandet snarare än att testa det
- Hur man tolkar svaga kundsignaler som kvantitativa undersökningar tenderar att filtrera bort
- En helt ny approach till utformning av erbjudanden som klarar sig i den operativa verkligheten

Mästertjuv

Den sektorsövergripande innovationsmetoden, som illustreras av de kunskapsöverföringar som Taylor själv har genomfört inom flyg-, järnvägs- och banksektorn.

Viktiga slutsatser:

- Hur man identifierar en sektor som redan har löst ett strukturellt likvärdigt problem
- Det översättningssteg som avgör om den lånade idén kommer att fungera i det nya sammanhanget
- Varför de flesta interna innovationsprogram automatiskt faller tillbaka på inkrementella funktioner och hur man bryter detta mönster

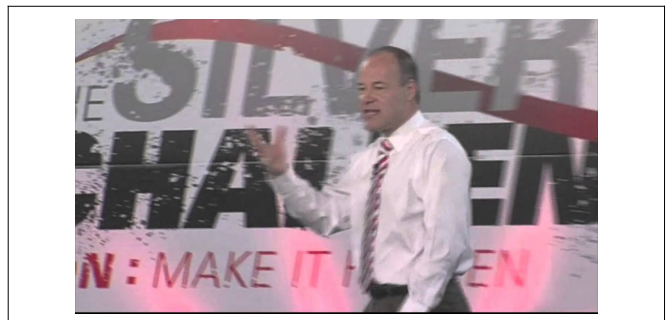
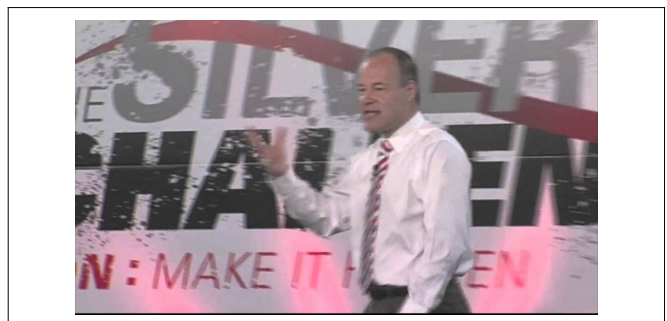
Spela omvänd fotboll

Medarbetarengagemang under organisatoriska förändringar, med fokus på ambition, enkelhet och kundorienterad utformning.

Viktiga slutsatser:

- Varför förändringsprogram tappar samstämmigheten mellan strategi och beteende på fältet
- Ambitionens roll som samordningsmekanism i distribuerade team
- Hur man håller kundresultaten tydliga för personalen under operativ press

Hamish Taylor's Videos



Vad Hamish Taylors kunder säger

När det gäller kvaliteten och profilen hos de företag han har arbetat för, de uppdrag han har genomfört, hans utbildning och prestationer är Hamish Taylor... svår att överträffa.

The Times

Hamish är precis allt man kan önska sig av en talare - och min största oro är att han ska sätta ribban för högt för de andra talarna

Maersk

En av de bästa presentationerna jag någonsin sett, för att inte tala om att jag hade turen att få leda den
Ordförande, Economists konferens för IT-chefer

Hamish delade med sig av några fantastiska insikter genom att använda sig av fängslande berättelser från verkliga livet, som verkligen gick hem hos hela publiken. Ännu två veckor efter konferensen pratar deltagarna fortfarande om hans innehåll, hänvisar till det och tillämpar det i sitt eget dagliga beteende och arbete... Jag skulle utan tvekan rekommendera honom till andra företag.

Swiss Re

Hamish Taylor'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	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Europa	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Mellanöstern & Afrika	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Sydamerika	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Storbritannien	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
USA:s östkust	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
USA:s västkust	€12000 to €40000	£10,001 - £35,000	\$15000 - \$50000
Virtuell	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000