

T I D &

T E N D

E N S E



R 0 3 . 2 0

TIDSÅND

SAMFUND

FORBRUG

&

LIVSSTIL

Indhold

TID & tendenser nr. 3 2020

14

Samfundskontrakten

Vi skal bevare alt det gode ved det danske samfund, vores velfærd.

Det kan vi kun gøre, hvis vi har velstanden til det. Så hvad skal der til for at få virksomheder til at opstå, trives og blive store i Danmark?

26

Strategi og ledelse

Varmluftsstrategi for begyndere

Hvorfor blander topchefer sig alt for meget? Og hvorfor og hvordan skal medarbejdere blive bedre til at sige fra? Bliv klogere på hvorfor strategi er både vigtig og umulig.

34

I et perfekt system er der altid tre medarbejdere, der sidder og drikker kaffe

Langt de fleste organisationers største problem er forstoppelse: Alt for meget ryger indenbords, alt for lidt ryger ud. Der er behov for en ny smørelse, der kan få kredsløbet i gang igen.

40

Strategi og ledelse

HR – afvikling eller udvikling?

HR, som vi kender det, har ingen fremtid – ikke engang på kort sigt. De, der insisterer på at blive stående, vil se øjeblikkelige konsekvenser i forhold til organisationens evne til at tiltrække, eksekvere og udvikle.

46

Fatale forandringer – forstå forandringsledelse i en uforudsigelig verden

Vi er nødt til at blive bedre til at håndtere forandringer. Meget af det, vi gør i dag, peger i den gale retning: Det gør forandringer til noget, der er svært. Til noget, der alligevel ikke nytter noget eller bare er noget, der skal overstås, som en undtagelse.

60

Trends og
kreativitet

**Selvstændige brands dropper
deres Facebook-sider**

Bliv klogere på
Social Media-trenden, som
Danmarks iværksættermiljø
allerede har opdaget.

66

Trends og
kreativitet

pej colour crush

Farver påvirker vores
humør, energiniveau og
velbefindende, og derfor vil farver
kun få større betydning for vores
forbrugsvaner fremover.

84

Det kreative nej

Afvisninger kan være en kreativ
drivkraft. Ved at omfavne de
fejl og afvisninger, vi støder på
livet igennem, kan de give os
positiv energi og blive værdifulde
medspillere i vores kreativitet.

7

90

Livsfaser

**Alder – begrænsninger
og muligheder**

Alder som segmenteringsvariabel
er en af de mest simple og mest
gængse. Den er til at arbejde
med i relation til store mængder
data, men den er ikke specielt
retningsvisende for forbrug
gennem livet.

104

**Nå, hvad får du så tiden
til at gå med?**

Pensionister formodes
ikke længere at have et fast
arbejde. Derfor bliver de spurgt,
hvad de så skal lave, nu hvor
arbejdet ikke er vigtigt længere.