

FÖR DIG SOM JOBBAR MED KOMMUNIKATION, SPRÅK OCH INNEHÅLL

STORY

2 0 1 8



DANIEL OCH EMIL NORBERG



JEANETTE FORS-ANDRÉE



THOMAS DI LEVA

VÄLKOMMEN TILL STORY 2018

En inspirerande och färgsprakande dag på Berns



Titti Schultz är en flitigt anlita konferencier och moderator, och besitter en fantastisk förmåga att leda samtal. Hon har hörts i radion sedan 90-talet och är en av Sveriges mest folkkära röster.

Story är för dig som skapar innehåll som människor vill läsa, se, höra och dela.

Framgångsrik kommunikation handlar om storytelling, en närhet till budskapet och ett kunnande kring respektive kanal. Där, mellan hantverk och att ambitiöst utmana nya tekniska möjligheter, vilar konferensen Story.

På Story 2018 möter vi bröderna **Daniel och Emil Norberg** som publicerade parodier på Melodifestivalen och byggde ett medieimperium av bara farten.

Thomas Di Leva kommer att berätta om sina arbetsmetoder och verktyg för att skapa innehåll som betyder någonting på riktigt. **Erik Modig**, forskare på Handelshögskolan, ska leverera en guide till din kunds hjärna.

Jeanette Fors-Andrée ger oss en inblick i hur mediedrev, sensationsjournalistik och ryktesspridning pånyttfötts med digitaliseringen – och hur du kan hantera en krissituation. Vi får en inblick i arbetet med att kommunicera kring någonting omstritt (**Eva Rosman**, ombyggnationen av Slussen), **Karin Winthers** guide till att vinna över algoritmerna och **Per Granqvists** analys av filterbubblor och fake news.

Välkommen till en inspirerande, bildande och omedelbart användbar konferens!

TIDER FÖR DAGEN

- 9.30 Kaffe och registrering
- 10.00 Konferensen startar
- 12.45 Lunch
- 17.15 Konferensen avslutas och vi bjuder på "after conference"

#komtillstory

Vi ses på Story 2018!

Med vänlig hälsning

FÖRETAGSUNIVERSITETET
Marlene Berglund Projektledare



Jeanette Fors-Andrée är krishanterare, medietränare och medierådgivare i egen verksamhet. Hon har arbetat med förtroendekriser i 13 år och har en gedigen praktisk erfarenhet av komplexa kriser och mediala granskningar. Hon har en akademisk bakgrund som forskare i förtroendekriser och kriskommunikation och har skrivit tre böcker på området.

ATT ANLÄGGA MOTELD NÄR DREVET DRAR I GÅNG

Mediedreven har blivit allt fler och allt brutaltare. Samtidigt har de faktiska kriserna inte ökat i antal. Till exempel ligger Sverige på fjärde plats av 176 länder med minst korruption i Corruption Perceptions Index. Ändå finns en trend där allt fler enskilda individer (ofta i maktposition) framställs som korrupta. Kriskommunikationsexperten **Jeanette Fors Andrée** menar att det är oroväckande när mänskligt material används som råvara för att skapa sensationsjournalistik. Här berättar hon hur man ska agera när ryktesspridning och mediedrev drar igång.

- Så undviker du förtroendekriser
- När drevet går – praktisk krishantering
- Så hanterar du mediedrev

ETT MEDIEIMPERIUM "SOM BARA HÄNDE" – BRÖDERNA NORBERG

Bröderna **Daniel** och **Emil Norberg** har gjort sig kända genom parodier på Melodifestivalen klipp som sedan 2014 genererat mer än 40 miljoner visningar på YouTube och SVT. Brödernas YouTube-kanal har 266 000 prenumeranter och deras videos – som behandlar alltifrån Idol och "Tacons sång" till lukrativ reklam för Max Hamburgare – genererar frekvent hundratusentals, ibland miljoners, visningar.

Bröderna har samlat en ung och organiskt växande publik kring sig. Människor som traditionella medier och varumärken har svårt att nå.

På Story 2018 berättar bröderna om ett medieimperium "som bara hände", om att nå ut, väcka känslor, och om hur en visning blir till en publik – som sedermera förvandlas till en stor skara lojala vänner.



Daniel och Emil Norberg är succébröderna vars videoklipp har totalt över 86 miljoner visningar. Daniel har synts i både *Idol* och nu senast i *Let's dance* (där han knep en hedrande andraplats) medan hans bror Emil hittills har verkat mer i bakgrunden som medproducent av videofilmerna.

BANG FOR THE BUCK – MED KUNDENS HJÄRNA I FOKUS

Många hävdar att gammelm medias tid är förbi och att digitala kanaler är framtiden. Är det så? Svaret finns i förståelsen om vilka investeringar som ger mest effekt.

Det är först när alla mätvärden kan bilda en helhet som de kan jämföras och ge oss insikter om vad varje enskilt varumärke bör satsa på. Var satsar vi mest stolar för att få mest effekt av vår kommunikation?

Erik Modig, forskare på Handelshögskolan, ger oss en guidning i det som alltid kommer att vara gemensamt för alla kanaler – kundens hjärna.



Erik Modig är doktor och forskare vid Handelshögskolan i Stockholm. Han är expert på konsumentpsykologi, reklamstrategi och kommunikation men hans forskning rör även fält som kreativitet, innovation och psykologi. Han är författare till boken *Bang for the Buck* som blev utsedd till Årets marknadsföringsbok 2017.

ALLT DU BEHÖVER VETA OM FILTERBUBBLOR, ALGORITMER OCH FEJKNYHETER

I våra sociala flöden ser vi mer och mer av det vi gillar, medan annat filtreras bort. Orsaken är algoritmer som försöker ge oss så relevant innehåll som möjligt och samtidigt skapar täta filterbubblor som är svåra att sticka hål på. Det förstärker vår uppfattning om världen och gör det lättare att luras av falska nyheter.

Samtidsanalytikern och journalisten **Per Grankvist** följde bland annat det amerikanska presidentvalet och förutspådde att Donald Trump skulle vinna genom att studera reaktioner i sociala medier. Han har skrivit den uppmärksammade boken *Den stora bubblan – hur tekniken påverkar vår världsbild* och skapat verktyget Filterbubblan.se som gör det möjligt att se hur olika debatter går i olika ideologiska bubblor.

På Story delar Per med sig av sin kunskap om algoritmer, filterbubblor och fake news.



Per Grankvist är journalist, författare, samtidsanalytiker och folkbildare. Han syns regelbundet i media för att kommentera aktuella händelser och fenomen och har skrivit flera uppmärksammande böcker, den senaste heter "Den stora bubblan".

"NYA SLUSSEN" - KOMMUNIKATIONEN KRING EN OMSTRIDD OMBYGGNAD



"Slussen är och kommer fortsatt att vara en viktig knutpunkt för alla trafikslag. Nu byggs Slussen om för att bli en tryggare och attraktiv plats att vistas på. Samtidigt säkras dricksvattnet för två miljoner människor". Så skriver Stockholm Stad på sin hemsida. Men projektet är omstritt och har försenats på grund av kritik från både politiker och medborgare.

Eva Rosman, kommunikationsstrateg för Projekt Slussen, berättar om de kommunikativa utmaningarna kring det omfattande och omstridda Slussen-projektet.



Eva Rosman arbetar på Exploateringskontoret, Stockholm stad och är kommunikationsansvarig för Slussenprojektet. Hon är van att arbeta med uppmärksammade projekt. Bland annat har hon arbetat på Transportstyrelsen, där hon var informationsansvarig för införandet av trängselskatt i Göteborg.

DU HAR 3 SEKUNDER PÅ DIG – SÅ SLÅR DU IGENOM

Du har tre sekunder på dig att fånga konsumentens uppmärksamhet på sociala medier. Vi scrollar igenom 90 meter content i vårt mobila flöde – varje dag – och nästa år beräknas 80 procent av all internettrafik bestå av videoinnehåll. Det är därmed viktigare än någonsin att veta hur man med rörlig bild når sin målgrupp, skapar engagemang och bygger långsiktiga relationer. Oavsett vilken bransch man jobbar i.

Karin Winther, expert på digitala medier, guidar oss i hur vi når igenom bruset och jobbar effektivt med våra målgrupper på sociala medier. Hon visar hur vi fångar målgruppens uppmärksamhet i flödet, skapar rätt innehåll och jobbar med format som bryter igenom algoritmerna.



Karin Winther har över tio års erfarenhet i mediebranschen bland annat som digital chef, digital strateg, kreativ chef, innehållsutvecklare, producent, programledare och skribent. Hon har varit digital producent för filmen *Tårtgeneralen* samt digital strateg och kreatör för *Lerins lärlingar*.

FRÅN KOSMOS TILL MENING – VARUMÄRKE OCH INNEHÅLL SOM BETYDER NÅGOT PÅ RIKTIGT



Långt innan termer som personliga varumärken, innehållsmarknadsföring och nudging flög sina varv runt planeten, stod **Thomas Di Leva** på scenen och rotade runt i sin egen själ. I steg för steg, sång för sång, via publika utspel, skrikande klänningar och intervjuer som ingen förstod – snickrade han fram en unik artistpersonlighet. Ett varumärke och uttryck så distinkt att vi känner det lika väl som vilket IKEA eller H&M som helst. Vad kan vi lära oss av Thomas Di Leva? När alla har egna nyhetsflöden blir vad vi säger, hur vi säger det och varför vi pratar över huvud taget – särskiljande. I ett personligt samtal om sin livsresa hjälper Thomas Di Leva oss i processen att identifiera och förfina vårt *varför*. Vi får hans verktygslåda och arbetsplan för att skapa innehåll som betyder någonting på riktigt.

Thomas Di Leva slog igenom som artist under 1980-talet med hits som t.ex. *Vem ska jag tro på* och *Själels krigare*. Han säger sig vilja "skapa stor konst i form av enkel musik för den breda publiken" och har med sin säregna kosmisk-andliga stil skapat ett eget varumärke. Han har även varit med i *Melodifestivalen* och *Så mycket bättre*. Han är nu aktuell med showen *Changes* där han tolkar David Bowie.

Jag/vi anmäler oss till "Story 2018"

☐ **2 oktober 2018**

4 900 kronor exkl. moms

Namn	E-post
Avd	Telefon
Företag/organisation	
Adress	
Postnr	Ort



Tid och plats

Story 2018 äger rum den 2 oktober på Berns i Stockholm.

Registrering från 9.30. Konferensen startar 10.00 och slutar 17.15. Efter det bjuder vi in till "after conference" med vin, mingel och nätverkande.

Konferensavgift

4 900 kronor exkl. moms. I priset ingår för- och eftermiddagskaffe, lunch och mingel.

Bokning

Välkommen med din bokning på foretagsuniversitetet.se/1536, telefon 08-600 62 00, eller e-post konferens@foretagsuniversitetet.se. Det kostar inget att avboka sig fram till tre veckor före konferensen. Därefter debiteras 25 % fram till en vecka före konferensen, därefter debiteras fullt pris.

Hotell

För dig som deltar i Story finns möjlighet att övernatta på Berns till specialpris (ett begränsat antal rum). Du bokar rum på reservations@berns.se och anger koden "Story2018". Priserna är inklusive moms och frukost.

Enkelrum 1995:-, Dubbelrum för singelbruk 2250:-, Dubbelrum för 2 personer 2450:-

