



” Network of Inspiration * ”

European Culture and Knowledge Exchange

Kunskapsdagarna Sverige AB söker Partners för Internationell Expansion.

För att gå in i nästa utvecklingsfas krävs kapital och inspirerade människor.

” Sverige är inte slutmålet, det är starten och den plattform vi arbetar ifrån.
Vi har nu lagt en fast grund, för att kunna påbörja en kraftig expansion.”

Internationellt samarbete - nätverk för internationalisering.

Hans GörgenSSon, VD, Kunskapsdagarna Sverige AB

Vi hjälper företag och organisationer att leverera viktig kunskap, så att deltagarna får denna information vid personliga möten och föreläsningar, öga mot öga.

"Kunskapsdagarna - konferensvärldens Metro"

Framgång genereras av kunskap, etik och möten mellan människor.

En internationell mötesplats med möjligheter för enskilda nyckelpersoner i företag, offentlig verksamhet och organisationer, att utan kostnad få fördjupade insikter, alltid bjudna av våra samarbetspartners, genom att möta föreläsare från olika kompetensområden, i kombination med en kunskaps-community på nätet.

Värderingar

Kunskapsdagarna har bildat skola för hur man skapar möten och relationer mellan människor och hur man bygger nätverk och samarbete.

Innovation

Kunskapsdagarna har sedan starten 1999 genomförts vid närmare 150 tillfällen - rikstäckande - runt om i landet. Besökarna har lyssnat på i storleksordningen 200 000 föreläsningar (t.o.m 2007). De har kunnat välja fritt i seminarieprogrammen. Alltid bjudna, utan egen kostnad, av företag och organisationer!

Värdeutveckling

Kunskapsdagarna har genom åtta års utvecklingsarbete blivit ett etablerat koncept och varumärke.

"Ett företags värde ligger i dess fantasi"

L e i f E d v i n s s o n

Vision

Internationella mötesplatser utvecklas från en unik svensk, utprovad modell. Att bygga ett starkt internationellt varumärke inom utbildnings, konferens, mötessektorn och den snabbt växande upplevelseindustrin. Målsättning i Europa: 100.000-tals fysiska besökare och miljontals besökare på vår web-community!

Affärsidé

Att utan kostnad för den enskilde besökaren arrangera mötesdagar som stimulerar mänsklig utveckling och kontakter i nätverk, genom att bygga broar mellan chefer och medarbetare, fackliga organisationer och dess medlemmar, företag och dess kunder, universitet, högskolor och offentliga verksamheter i samarbete med näringslivet. Alla besökare är personligen bjudna av företag och organisationer, dvs våra partners kunder, medlemmar, personal och nätverk.

Framförande

Ett levande format som kan genomföras, enligt nio års erfarenhet, var som helst, när som helst.



Mästare i Mänskliga Möten. Mästare i Möten på Nätet.

Vi hjälper företag och organisationer att leverera viktig kunskap, så att deltagarna får denna information vid personliga möten och föreläsningar, öga mot öga.

Människor och inspirerande varumärken möts genom ” Network of Inspiration” !

*Network of Inspiration kommer att väva ihop kulturer, konserter, happenings, mässor, föreläsningar och seminarier. De olika aktiviteterna kan samlas under begreppet **Kunskapsveckan** och ha gemensam marknadsföring, men äga rum i olika lokaler, konsert-hallar, idrottsanläggningar på olika orter inom ett län.*

Fysiska möten i kombination med kunskap och länk till hemsidan.

Samverkan med andra aktiviteter, olika föreläsningar och kund-aktiviteter som olika företag/kunskapsföretag, konsultföretag, utbildningsföretag, revisionsföretag, banker, IT-företag, osv.

Vara med och påverka människors engagemang i olika samhälls-nyttiga områden. Samverka med exempelvis, studieförbund, Rikskonserter, Riksskådebanan, Riksutställningar, Riksteatern, ideella organisationer, fackliga organisationer, arbetsgivar -organisationer, tankesmedjor, kommuner, landsting, läns-styrelser, universitet och högskolor...

Samarbeten/genomförare

- Regioner/kommuner
- Lokala tidningar,
- Föreläsare
- Konferensanläggningar

Samarbeten/målgrupper

- Föreläsare
- Universitet och Högskolor
- Föreningar
- Sajter
- Nischtidningar; www.illvet.se; Allt om vetenskap m.fl
- Forskningsinstitutioner
- Lokala tidningar, konferensanläggningar, andra intressanta lokaler; universitet/högskolor; teknikparker, kulturanläggningar m.m.

Publika aktiviteter är ett effektivt sätt att marknadsföra sig på. Man bygger sitt varumärke samtidigt som man umgås med folk.

Kunder/intäktströmmar

- Kommuner, i samverkan med övrig offentlig förvaltning, och ledande företag i det lokala näringslivet. (Hässleholms modellen)
- Organisationer, fackliga - och arbetsgivareorganisationer.
- Rikstäckande produkt- tjänste- serviceföretag, som vill stärka sina varumärken - och samtidigt inspirera sina kunder.
- Kunskapsdagarna tema, exempel på områden: Arbetsmiljö, det ideala företaget, hälsa/alkohol/droger, chef- och ledarskap, miljö, IT/telefoni m.fl.
- Utbildningsföretag och konsulter.
- En portal, laddad med intressant innehåll, länkar; annonser, inspirerande varumärken. Leta utbildningar. Leta jobb.
- Tidning/Nättidning,
- Företag som genomför aktiviteter; events, kultur- och nöjesarrangemang, samlas under varumärket Kunskapsdagarna och gemensam marknadsföring.
- Betalseminarier, kortkurser och utbildningar.



Vi hjälper företag och organisationer att leverera viktig kunskap, så att deltagarna får denna information vid personliga möten och föreläsningar, öga mot öga.

” För att gå in i nästa utvecklingsfas krävs kapital och fler inspirerade människor ! ”

Marknadsmål

- Vi vill utveckla en bättre marknadskunskap än övriga aktörer i branschen.
- Vi ska vara ledande på att omsätta denna kunskap till attraktiva erbjudanden.
- Kunskapsdagarna ska vara bli ett allt starkare varumärke.
- Vi ska hela tiden utveckla Kunskapsdagarna mot nya temaområden, events, nöjen och kulturupplevelser.
- Hemsidan ska även utvecklas till en community med intressant innehåll, för att få många besökare.
- Därmed ska det vara intressant för inspirerande varumärken att vilja synas där.

” Jag har svårt att tänka mig något koncept som har sådana enorma utvecklingsmöjligheter - som just Kunskapsdagarna. Bara genom att skruva på seminarieprogrammet kan man attrahera nya målgrupper. Genom att ta in olika samarbetspartners, får man också nya besöksgrupper. Tusentals personer besöker Kunskapsdagarna i Sverige varje år. Alla investeringar är tagna - marknadsetablering, varumärkesetablering (varumärkeskännetecken). Alla satsningar framöver är ”utan risk”. Det finns ingenting som inte når break-even på en gång.” Håkan Hederstierna

Framtida kulturarrangemang, teater, konst, konserter, aktiviteter på kommunala kulturhus, i svenska kyrkan, konsthallar. Samverkan med universitet och högskolor, när de genomför egna aktiviteter, föreläsningar för att bygga sitt varumärke, bygga relationer, visa upp sina kompetenser och erfarenheter, forskning för näringslivet etc. Samverkan med kommuner och myndigheter som vill kommunicera med företag och organisationer. (Samhället, samhällsansvar och samhällets utveckling) I olika sammanhang kunna vara med och påverka människors engagemang och personliga utveckling.



Hans Görgensson

1983-1996 Genomfördes ca 120 fackmässor inom kontors- och dataområdet. Dessa blev välkända under namnet RS-mässorna kontor/miljö/data och besöktes av närmare 200.000 personer runtom i hela Sverige. 1997-1998 Testade olika möteskoncept. 1999 Startade Kunskapsdagarna.

Kunskapsdagarna idag:

Plattformen www.kunskapsdagarna.nu
Ett eget format/koncept och varumärke.
Tunga organisationer som kunder/partners; som varje år bjuder in hundratals av sina medlemmar till Kunskapsdagarna. Många i chefsnivå.
Bl.a snart närmare **200 000** SACO-medlemmar: Jusek, Sveriges Ingenjörer, Ledarna, ST och SIF (SIF på lokal nivå)
Tillsammans cirka **400 000** medlemmar
En databas med knappt **100 000** mailadresser

Hans Görgensson, VD, Kunskapsdagarna AB,
Linköping, 013 - 13 62 40
www.kunskapsdagarna.nu hans@kunskapsdagarna.nu

Vi hjälper företag och organisationer att leverera viktig kunskap, så att deltagarna får denna information vid personliga möten och föreläsningar, öga mot öga.

” Bildandet av nätverk är ett strategiskt verktyg”.

Övergripande mål med verksamheten:

Sträva efter att skapa pedagogiska modeller för att överföra kunskap och kompetens mellan universitet, högskolor och näringslivet .

Kunskapsdagarna i Sverige AB tillhandahåller kompetens genom intressanta och kompetenta föreläsare, utbildare etc., som kan anlitas vid mängder av olika tillfällen, tex.

- förmedla kunskap
- skapa motivation
- skapa delaktighet
- starta en process eller
- kick-off
- öppna sinnen
- visa nya infallsvinklar
- ge positiva kickar
- starta en dialog
- roa, oroa

Företaget får nätverk och samarbete inom bl.a. utbildning, personal - och personlig utveckling, konferens-, mötes- och upplevelseindustrin. Bilda och utbilda. Bilda skola för hur man bygger livsviktiga relationer.

Vår uppgift är att ordna avspända kreativa möten mellan våra samarbetspartners och personer på företag och organisationer, att skapa förutsättningar för goda relationer mellan universitet, högskolor och näringslivet, medarbetare och dessa chefer, organisationer med dess medlemmar;

** Första sidan. Struktur med enheter som är kopplade till varandra genom relationer i personliga nätverk, organiserade nätverk i kombination med informella nätverk.*

Att ge bort kunskap, enligt OECD/CERI

Internet går på högvarv och är plattformen för allt fler av samhällets aktiviteter. Trådlöst bredband byggs ut i snabb takt och snart har vi tillgång till nätet överallt.

De senaste årens teknikutveckling har möjliggjort en hög grad av interaktivitet och användarna har blivit viktiga aktörer i skapandet av nätets innehåll.

Allt mer information blir öppen och fritt tillgänglig och vi är ständigt uppkopplade mot nätet och varandra.

Utvecklingen skapar även nya förutsättningar för att producera digitala resurser för vårt lärande och allt mer digitalt utbildningsmaterial görs tillgängligt på nätet. Kostnaderna för produktion och distribution har sjunkit dramatiskt och helt nya affärsmodeller för att producera dessa modeller börjar växa fram.

OECD/CERI:s rapport "Att ge bort kunskap gratis" ger en mycket bra överblick över det som nu sker och är en bra utgångspunkt för en diskussion på hemmaplan för att fånga upp möjligheterna i denna utveckling.



Vi hjälper företag och organisationer att leverera viktig kunskap, så att deltagarna får denna information vid personliga möten och föreläsningar, öga mot öga.