

Expert på att nätverka

SOCIAL KOMPETENS Uttrycket "att nätverka" är löjligt, menar en av Sveriges specialister på området, USA-svenskan och affärsvinnan Barbro Ehnbon. Men att jobba på det sociala nätverket är nödvändigt om du ska nå långt i karriären.

Att Barbro Ehnbon är ett fullblodsproffs på att föra sig i sociala kretsar, märks omedelbart då hon rör sig genom en minglande folksamling. Hon hälsar på alla och kan hon inte namnen så har hon snabbt lärt sig dem.

– Jag tycker om folk och skapar gärna nya kontakter, säger Barbro Ehnbon mellan hälsningsfraserna och kindpussarna.

I år är det nio år sedan som före detta Handelsstudenten Barbro Ehnbon tog initiativet till utmärkelsen Female Economist of the



KARRIÄR

Fakta

Många tunga namn

Barbro Ehnbon är grundare av nätverket "Barbro's Best and Brightest", vars medlemmar i sin tur ges kontaktmöjligheter med "Barbro's Friends", en samling tunga namn från amerikanska såväl som det svenska näringslivet.

Year. Det delas ut till en framstående Handelsstudent som belönas med ett åtråvärt stipendium och skräddarsytt traineeprogram på läkemedelsjätten Pfizer. Stipendiet är också ett sätt för svensk-amerikanskan att dela med sig av sina kontakter. Vinnaren blir en del av Barbro's Best and Brightest, BBB.

– Nätverket är vertikalt och flickorna nätverkar inte med varandra, utan med 600 viktiga personer över hela världen, säger Barbro Ehnbon.

Barbro Ehnbons karriär består av ett tiotal år som läkemedelsanalytiker på Wall Street och därefter flera höga positioner inom de stora läkemedelsbolagen, vilket inneburit att jobba oftast i helt mansdominerade miljöer. Att skapa kontakter har varit en förutsättning att ta sig framåt, menar hon.

– Den sociala kompetensen är väldigt viktig. I business säljer du en produkt och ett koncept. Men till syvende och sist säljer du dig själv, säger Barbro Ehnbon.

Med din erfarenhet från både USA och Sverige, är svenskarna bra på att nätverka?

– Jag gillar inte det ordet, det låter löjligt. Och nej, svenskarna gör fel i mycket, även om det blivit bättre. I New York är det mycket som sker naturligt utanför affärslivet. Man är involverad i olika hjärtesaker, som välgörenhet, dans och konst. Egentligen är det det smartaste sättet för din businessstrategi. I de här sammanhangen träffar du otroligt viktiga affärskontakter och du lär känna och lär dig lita på personerna på ett mer privat plan. Då har du plötsligt en fantastisk businesskontaktkarta, säger Barbro Ehnbon.

Vilka är dina viktigaste råd för de kvinnor som vill bli framgångsrika idag och nå höga positioner?

– Mitt råd till de här tjejerna är att skaffa sig manliga kontakter, genom sina pappor och pojkvänner. För det är fortfarande de som håller i makten.

ANNA-KARIN STORWALL
E24



HANNA DUNÉR
hanna.duner@svd.se

Sommaren ger ett behövligt andrum

Medier och företag har levt med kniven mot strupen i ett halvår. Paralyserade över det osäkra läget har beslutats styrts av rädsla att göra fel snarare än av nya idéer och jävlar anamma. Men snart kan alla andas ut för en stund, för snart stannar Sverige.

I dag presenteras de nya sommarpratarna i P1, snart kommer de sista utgåvorna av sångens bostadsbilagor, och respriser och B-filmer tar över efter vårens storsatsningar i semesterrutan.

Helger, festligheter och studentskivor under senvären är gynnsamt för företagen i den hänsynslösa lågkonjunkturen, men stiltjen som följer är kanske ännu mer välbefärlig för eftertanke och återhämtning efter en tid av nervslitande ovisshet.

Hela första halvåret har för både

” Risken är dock att det blir för bråttom och går för fort och att det därför blir fel ändå.

mediebolag och deras kunder annonsörerna präglats av en enorm osäkerhet. Negativa rapporter, rasande annonsförsäljning och domedagsprofetior har haglat över företag och marknadschefer vars uppdrag är att se till att försäljningen håller i sig.

Samtidigt ser mediebolagen som är verktygen för att hålla

konsumtionen uppe hur läsare och tittare flyr sin kos in i den digitala världen.

Reklambyråerna tvingas jobba med lägre budgetar när marknadscheferna panikstryper och pressar priserna. Mindre pengar och mer fokus på krångel än på att bygga varumärke sänker kvaliteten på reklamfilmer och annonser. Konsumenternas köpsug minskar när reklamen brister.

Mediebolagen letar febrilt efter nya intäktsmöjligheter, hos närmaste konkurrenten eller på andra sidan Atlanten.

Annonsörerna kör paralyserade och på i intrampade spår som i alla fall har fungerat tidigare, eller så paradoxalt nog, panikbyter de byrå och strategi för att möjligheten nu ges att göra det billigt. Risker är dock att det blir för bråttom och går för fort och att det därför blir fel ändå.

Den 16 juni publiceras den officiella statistiken från IRM över annonsmarknadens andra kvartal. Förhoppningen är att siffrorna kan tillåta alla att andas ut en stund.

Om inte kan de göra det ändå för snart är det sommar sommar.

SvD.se

Läs fler
krönikor
• svd.se/
näringsliv



Det sociala nätverket är nödvändigt för att nå långt i karriären. Det vet Barbro Ehnbon som själv haft höga positioner inom stora läkemedelsbolag i USA.

FOTO: LARS PEHRSON

Coca-Cola och H&M ungdomars favoritmärken

När ungsommscommunityn Habbo genomförde en undersökning bland svenska ungdomar om deras favoritvarumärken låg flera svenska företag i topp. Och trots det stora genomslaget för både Facebook och Twitter är det Youtube, Bilddagboken och Spela som gäller för ungdomarna. Favorit-tv-kanal är TV6 och Kanal 5.

HANNA DUNÉR

Märkerna som unga gillar

Drycker: Coca-Cola
Snabbmat: McDonalds
Mobiltelefoner: Sony Ericsson
Mobiloperatörer: Telia
Elektronikvarumärke: Sony
Spelkonsoll: Nintendo
Kläder: H&M
Sportvarumärke: Adidas
Skor: Nike (killar) och Converse (tjejer)
Hygienprodukter: Nivea

Källa: Undersökningen har genomförts av Habbo under april bland 1564 svenska ungdomar. Snittåldern är 13,8 år



Populärt bland unga. FOTO: SETH PERLMAN

KRÖNIKÖRER

MÅNDAG Andreas Cervenk, Olle Zachrisson TISDAG Erik Bergin, Maria Sundén Jelmini ONSDAG Hanna Dunér TORSDAG Adam Erlandsson FREDAG Daniel Kederstedt, Johanna Petersson LÖRDAG Jonas Fröberg