

Vad är

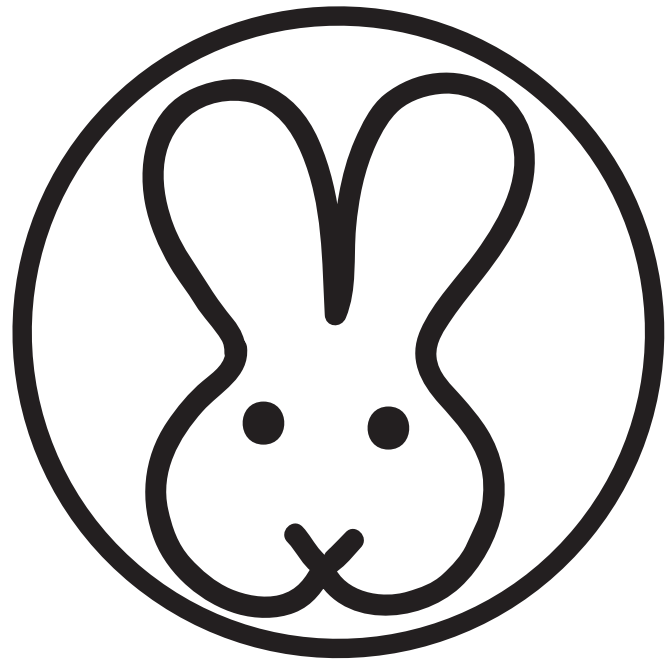
likheten

mellan en duktig

copy

och en fluffig

kanin?



Kreativa och envisa gnagare

Inga hinder är för svåra då kaninen och copyn alltid hittar nya vägar. Går det inte att hoppa kan man gräva.

Flockdjur

Tvärtemot haren är kaninen och copyn flockdjur som arbetar bäst i grupp.

Snabb

Sprudlande av energi och ständigt på väg framåt.

Stora öron

Lyhörddhet för vad som händer i omgivningen, lyssnar mellan raderna.

Kramgo

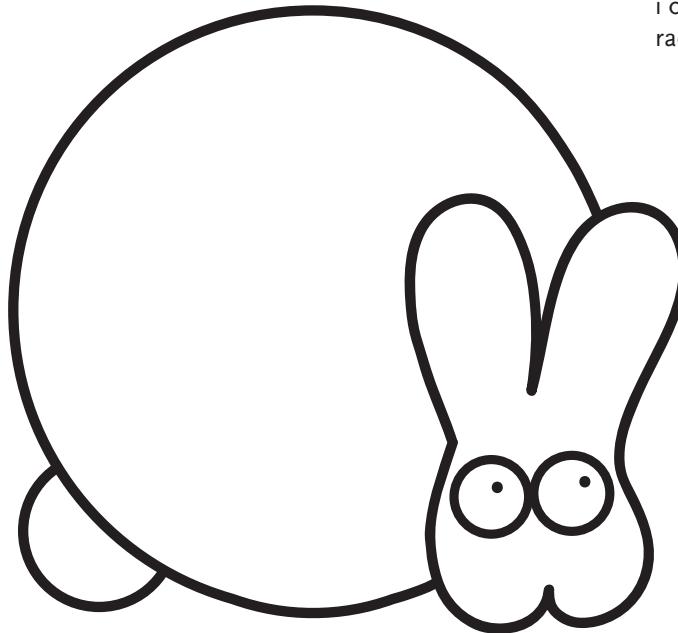
Har lätt för att ta folk och gillar att samarbeta.

Vitt synfält

Ser helheten och fyller i där bitar saknas.

Uthållig

Just keeps on going and going...

**Känslig nos**

Sniffar sig till de bästa och godaste morötterna. De bästa lösningar kommer när man följer sin näsa.

Passionerad

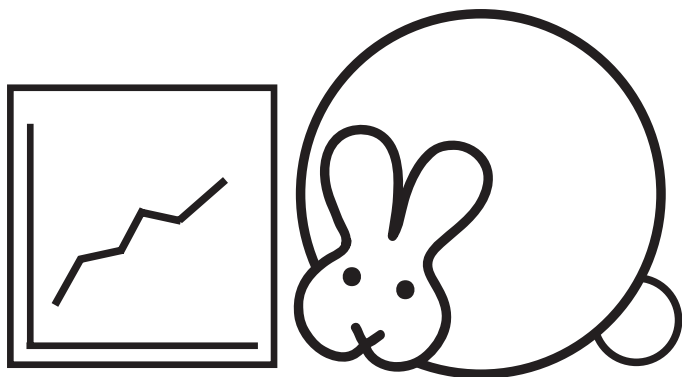
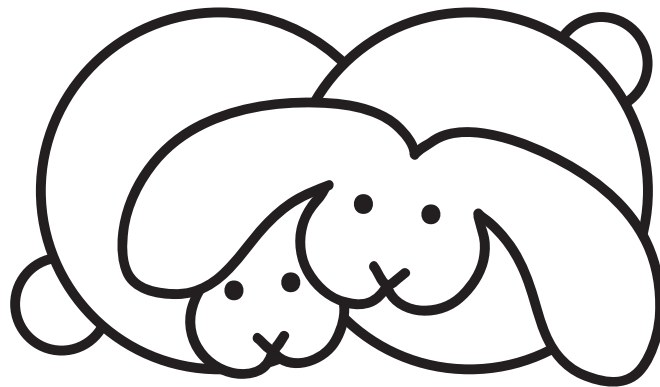
Drivs av en stark lust att kommunicera och följer sin intuition.

Nyfiken och hungrig

Ständigt på jakt efter ny inspiration och gör det bästa av både stort och litet.

Passion för kommunikation

Vad som driver mig att göra bra reklam är en passion att ständigt förmedla intryck och påverka med hjälp av de resurser som finns tillgängliga oavsett produkt, tjänst eller budget. Jag tycker om när en lösning får studs så att den slår an på en sträng, lockar fram en känsla och aktiverar. Jag tycker om kommunikation som berör samtidigt som den förmedlar budskap och skapar begär. Mitt starka intresse har lett mig till att driva nätverket "Passion för kommunikation" hos Marknadsföreningen i Stockholm.

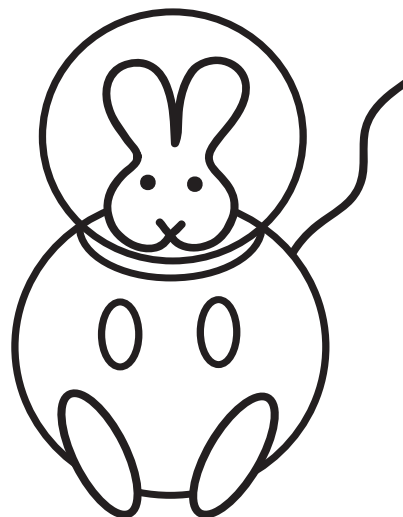


Medvetandeastronaut

Under mina studier på universitet och reklamskolor stötte jag aldrig på någon som pratade om den kreativa processen i sig självt. Hur fungerar kreativitet? Var kommer den ifrån? Hur tränar man upp den? Nyfikenheten har drivit mig till att bli en medvetandeastronaut och jag håller bland annat workshops där jag delar med mig av min syn på kreativitet och genomför praktiska övningar.

Att sälja sig själv

Sälja reklamtjänster är att sälja sig själv. Innerst inne är det förtroendet som du ingjuter som kunden betalar för. Förtroende skapas genom öppenhet och ärlighet. Att stapla floskler och förvirra med alltför abstrakta teorier och modeller är inte min melodi. Jag ser det som min roll att på ett enkelt och pedagogiskt sätt leda kunden på rätt väg, även om det är nya och okända marker. Min intuition och förmåga att analysera komplexa sammanhang lyser upp de mörkaste vatten.



YRKESERFARENHET

Copywriter

2005–

Telge Energi:

Elbranschens rebell som kämpar för fri konkurrens och lägre priser. In-housebyrån är utformad som en arbetsgrupp med copy, ad och projektledare.

Copywriter:

Tog fram strategi, koncept och kampanjmateriäl för samtliga affärsområden. Satte tonalitet och språkbruk. Arbetade fram konceptet "Positiv Energi" med tillhörande manér och copy.

Utmaning:

Styrde om kommunikationen från prisfixering till behovsorientering. Genomförde logotypbyte. Breddade affärsområdet med hantverkstjänster, pellets och bolån.

Copywriter Projektledare

2002–2005

Paul's Livingroom:

Reklambyrå som arbetar med helhetskommunikationslösningar. Paul's Livingroom tjänsteutbud täckte in hela kommunikationsprocessen och arbetade över samtliga mediakanaler.

Copywriter:

Arbetade fram strategier, koncept, kreativa lösningar och skrev texter.

Projektledare:

Sålde in uppdragen och drev dem från ax till limpa.

Utmaning:

Byggde upp reklambyrå från grunden. Etablerade försäljningskanaler. Utvecklade verksamheten och hanterade hela flödet från affärsplan till färdig produktion med bibehållen toppkvalitet.

Projektledare

1999–2001

Ericsson Radio Access:

Utvecklare och tillverkare av radiobasstationer för mobiltelefoni inom Ericson koncernen. Framtagandet av 3G var högsta prioritet.

Projektledare:

för utvecklings-, industrialiserings- och förbättringsprojekt inom 3G och GSM. Ledde projekt med upp till 100 personer. Ansvarig för planering, budgetering, genomförande och uppföljning.

Utmaning:

Drev mycket komplexa projekt med hög teknisk nivå, många delprojekt och projektdeltagare med vitt skilda kompetensområden.

Inköpare

1998–1999

Caterpillar Forest:

köpte en svensk tillverkare av skogsmaskiner och anpassade företaget till Caterpillars koncernstruktur. Detta innebar omkonstruktion av maskinerna, byte av systemparken och totalrenovering av leverantörsbasen.

Inköpare:

Ansvarade för avtalsförhandling, systemunderhåll, avrop, leveransbevakning och leverantörsutveckling.

Utmaning:

Höll produktionen rullande samtidigt som vi bytte datasystem, leverantörer och designade om samtliga skogsmaskiner. Arbetade strukturerat i en otroligt dynamisk miljö.

UTBILDNING

Copywriting

2001–2002

Berghs S.o.C.

Stockholm

Studerade:

Copywriting, projektledning av kampanjer
Design Management och grafisk formgivning.

Internationell marknadsföring

1998

Uppsala Universitet

Magisterexamen 200p

Studerade:

D-uppsats: "Globalising marketing at Volvo"
C-uppsats: "Interkulturell förståelse i företaget"

Internationella studier

1996–1997

Vesalius College

Bryssel, Belgien

Studerade:

Internationell finansiering och styrning,
europarätt, affärsetik och franska.

Internationella studier

1996–1997

Vrije Universiteit

Bryssel, Belgien

Studerade:

Nationalekonomi, arbetsmarknadsekonomi.

Internationella ekonomiprogrammet fransk inriktning

1994–1996

Örebro Universitet

Studerade:

Marknadsföring, organisation, företagsekonomi,
nationalekonomi, juridik, engelska och franska.

ÖVRIG UTBILDNING

Copywriting

2005

Copycamp, 2-dagars träningsläger i copywriting med Christer Wiklander.

Projektledning

2000

PROPS, Ericsson Project Management Program 16 dgr,
Ledarskap, modeller, styrsystem etc.

Förhandling

2000

Ericsson Negotiation Skills Development Program 17 dgr,
Ericssons utbildning i förhandlingsteknik.

Verksamhetsutv.

2000

Ericsson Change Management Institute 5 dgr,
Att arbeta strukturerat med att förbättra verksamheten.

Kommunikation och ledarskap

1995

Dale Carnegie

FÖRENINGSLIV

**Grundare ”Passion för kommunikation”
Marknadsföreningen i Stockholm**
2004–

Låt dig inspireras av landets mest framstående kommunikatörer. I Passion för kommunikation samlas de med ansvar och ett brinnande intresse för marknadsföring, reklam, PR eller design.

Ordförande BNI Rica City
2003–2004

Internationellt affärsnätverk som syftar till att skapa affärer genom personliga kontakter. Drev nätverkets utveckling och ledde våra frukostmöten varje vecka.

Stockholms Handelskammare
2002–2004

Aktiv i flertalet nätverksgrupper.

Styrelseledamot Bostadsrättsförening
2001

Drev förbättringsprojekt för fastigheten.

Vice Ordförande AIESEC Örebro
1995–1996

Världens största studentorganisation. Arbetar ideellt med utbildningsfrågor och internationellt erfarenhetsutbyte. Ansvarig för marknadsföringen mot studenter och näringsliv.

PERSONUPPGIFTER

Tomas Sandehorn
Född 1975

0708-432 780
tomas@whiterabbit.se
www.whiterabbit.se

Lundagatan 36e
117 27 Stockholm

