



Integreringen mellan it och marknad har långt kvar, menar Gunilla Bergh Bidemar.

FOTO: STEFAN BORGUS

"Marknad är inte redo"

GUNILLA BERGH BIDEMAR är byråvalskonsult med mångårig erfarenhet från den svenska reklammarknaden. Hon ser inget nytt i den branschglidning som pågår mellan it och marknad.

– Däremot är integreringen långt ifrån färdig. Det märks främst internt hos kommunikationsköparna, de två disciplinerna är fortfarande långt ifrån sömlöst integrerade, säger hon.

Det beror enligt Gunilla Bergh Bidemar på att de representerar två helt olika kulturer: marknad kan kommunikation och it kan systemutveckling.

– Marknad upphandlar fortfarande kommunikationsbyråer som tänker och resonerar på samma sätt som man själv, it-avdelningen som upphandlar en leverantör gör samma sak.

EN "SYNKRONISERING" STÄLLER stora krav på förändringsvilja av framförallt kulturen, understryker hon.

– Ska kommunikationsbyråerna på riktigt utmanas av it-leverantörer som tar in reklamkompetens måste även kommunikationsköparna lyckas med sin interna omorganisation och integrera disciplinerna.

– Mig veterligen finns fortfarande ingen stor annonsör som valt att lägga all sin kommunikationskonsultation hos en leverantör som traditionellt benämnts som en it-leverantör.

Men även Gunilla Bergh Bidemar delar bilden av en bransch där it-bolagen stärker sin kommunikativa kompetens och kommunikationsbyråerna "stärker sin digitala kompetens rejält":

– Men det alltid ur ett kommunikationsperspektiv, inte ur ett systemutvecklingsperspektiv. Våra uppdragsgivare inom byråval vill i princip alltid ha en kommunikationsbyrå med ett digitalt tänk, aldrig ett it-bolag med kommunikativt tänk. De är helt enkelt inte redo internt ännu. ■