



<b>Innehåll i nyhetsbrev 3:</b>	Notera datum för MTCs årseminarium 6 december
Digitala och Industriella tjänster	DeMoN - deltag i höstens aktiviteter
Myter om den digitala marknadskonvergensen	Viktigaste uppgiften för Vinn Excellence
Nytt FoUprojekt om Industriella tjänster	Quis 10 om Service Excellence
IMP - spännande doldis i forskarvärlden	Focusgrupper inom MTC startar i höst
Aktuella böcker	Forskarkonferenser

Hej #curname#

## Välkommen till MTC:s nyhetsbrev

### Digitala och Industriella tjänster

- Vad skiljer tjänster som erbjuds via digitala media från andra tjänster? Hur utvecklas den digitala marknaden?
- Hur ska industriföretagen utveckla de tjänsteportföljer man redan har idag, men har svårt att ta betalt för? Vilka nya affärsmodeller och organisationsstrukturer behövs bli och vilka nya tjänster behöver man utveckla?

Detta är några angelägna utvecklingsfrågor om tjänster, som speglas i det här nyhetsbrevet. Vi står bara i början av en revolution, som kommer att skapa helt nya köpmönster hos konsumenten/användaren både inom B2B och B2C. *Kia Höök*, som är föreståndare för det nya Vinn Excellence Centrat i Kista med inriktning på mobila tjänster, säger att det är rörligt för användare i den digitala marknaden. Handelsforskarna *Bertil Thorngren* och *Per Andersson*, menar att förväntningarna om en marknadskonvergens är något av en myt. Utvecklingen har hittills drivits av teknikens möjligheter. I framtiden kommer de, som förstår och involverar kunden/användaren i konsumtionen av tjänsten att ha ett försprång.

MTC bevakar och följer forskningen, och håller också på att starta upp ett större FoU-projekt om Industriella tjänster, som framgår lite längre fram i brevet. Anmäl gärna ditt intresse att delta [här >>](#) !

[Läs mer om medlemskap i MTC >>](#)

Notera redan nu datum för MTCs nästa årsseminarium: torsdagen den 6 december kl 14 - 18.

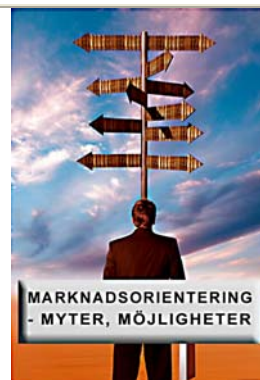
**Trevlig läsning!**

*Eva Nilsson*  
Föreståndare, MTC

## Det marknadsorienterade näringslivet, DeMoN - delta i höstens aktiviteter

MTCs program Det Marknadsorienterade Näringslivet – myter och möjligheter, som inleddes i i början på 2007 engagerar ett 20-tal ledande svenska marknadsföringsforskare – alla med ett mycket gott internationellt renommé.

Under våren 2008 publiceras boken med samma titel, som kommer att slå hål på olika myter inom marketing. Det behövs en djupare förståelse om vad marknadsorientering innebär och vad en pågående, och genomgripande förändring från en produktionslogik till en service- och värdelogik betyder i praktiken.



Under tiden ordnar vi rundabordssamtal med några av forskarna, som ger spännande glimtar från den kommande boken. Nu närmast är det:

- När värde är en känsla – värde ur kundens perspektiv  
Den 25 september 2007, kl 15 – 18, Handelshögskolan i Göteborg  
[Läs mer >>](#)
- Den nya digitala marknadsplatsen - myter, trender, risker och affärsmöjligheter  
Den 17 oktober 2007, kl 15-18, Handelshögskolan i Stockholm  
[Läs mer >>](#)

Läs mer om [DeMoN >>](#)

---

## Myter om den digitala marknadskonvergensen

Det har länge talats om en pågående konvergens inom ICT-området och på senare tid om en marknadskonvergens. - Men fältet är snarare öppet för en hård konkurrens och nya aktörer, och att framför allt innehållet kommer att bli avgörande för kundernas val, menar forskarna Bertil Thorngren och Per Andersson, båda på Handelshögskolan i Stockholm. Något, som det kommer att utveckla mer i ett kapitel och digitalisering och konvergens i boken "Det Marknadsorienterade näringslivet – myter och möjligheter", som kommer att publiceras under våren 2008 ([se mer info här >>](#)).

[Läs mer >>](#)



*Bertil Thorngren och Per Andersson  
Handelshögskolan i Stockholm*

---

## Viktigaste uppgiften för Vinn Excellence Center i Kista - undanröja hinder för användning av mobila tjänster

– Mobila tjänster kommer att vara en ny och lika stor revolution, som internet. På 15 år har vi lärt oss att göra "allt" på webben, säger **Kia Höök**, professor i **människa-maskin interaktion** och föreståndare för det nya **Vinn Excellence Centret i Kista**. Vi står mitt uppe i denna nya, mobila förändring, och centrets viktigaste uppgift är att undanröja hindren för att den ska kunna ske.

[Läs mer >>](#)

## Utveckling av Industriella Tjänster - för ökad innovations- och konkurrenskraft

De flesta industriföretag har idag en tjänsteportfölj, dvs många olika tjänsteerbjudanden till sina kunder, men har svårt att få genomslagskraft och ekonomi i dessa. Kulturen domineras ofta av en produktionslogik (ett produktfokus inifrån och ut), även om det finns en klar medvetenhet om att tjänsteutvecklingsprocessen följer en annan logik, och man har påbörjat implementeringen av en kultur, som alltmer domineras av kundens affär och behov och med ett fokus på erbjudandet (utifrån och in).

Det nya MTC-projektet syftar till att stärka företagets ambitioner att utveckla nya arbetssätt, som stärker innovations- och konkurrenskraften, och gör företagen väl rustade inför nästa konjunkturedgång.

[Läs mer >>](#)

## QUIS 10

The 10th International Research symposium on Service Excellence in Management

Bo Edvardsson och Anders Gustafsson, professorer vid CTF – centrum för tjänsteforskning rapporterar om tre viktiga trender inom internationell tjänsteforskning - Verkstadsindustrins tjänstefiering, Kundvärde genom upplevelser, och Kundtillfredsställelse.

[Läs hela rapporten här >>](#)

## Industrial Marketing and Purchasing Group, IMP -internationellt framträdande forskargrupp med låg profil

IMP Group är en informell sammanslutning av forskare från hela världen men med tyngdpunkt i Norden och Storbritannien. Den tjugotredje årliga konferensen ägde rum vid Manchester Business School i månadsskiftet augusti-september. IMP Groups hemsida är [www.impgroup.org](http://www.impgroup.org)

[Läs mer här >>](#)

## Focusgrupper inom MTC startar i höst

Under hösten kommer vi att starta två Focusgrupper med inriktning på Globalisering, Servicelogik & Tjänsteutveckling. Mer information om detta kommer löpande att finnas på vår webbsida, Att delta i en Focusgrupp innebär en unik möjlighet för dig och ditt företag att både bredda och fördjupa kunskapen och förståelsen av nya utvecklingslinjer inom ett viktigt marknadsstrategiskt område.

[Läs mer >>](#)

## Aktuella böcker

### INTERNATIONELL MARKNADSANALYS

Teorier, modeller och metoder

En affiligranssats



Josef Molnár  
Margreth Nilsson Molnár

### Internationell Marknadsanalys - teorier, modeller och metoder

Boken baseras på empiriska resultat från forskningsprojekt och praxis, och behandlar bl a hur man "grovvallrar" utlandsmarknader, uppskattar deras storlek, hur efterfrågan ser ut, och bl a vilka faktorer, som är viktiga vid uppskattning av efterfrågan. Vidare diskuteras marknadssegmentering, och olika typer av det, samt segmenteringsstrategier.

Författarna, Josef Molnár, docent och Margreth Nilsson Moln, universitetslektor är forskare vid Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet.

Boken är utgiven på Kompendiet AB, Göteborg 2007, ISBN 978-91-633-1113-0

## Forskarkonferenser

Under året kommer MTC att bevaka och rapportera från ett antal forskarkonferenser, nationella såväl som

internationella. Här finns några länkar till kommande konferenser:

- [Frontiers in Service](#)  
Service marketing, Customer relationship management  
4-7 oktober 2007 San Fransisco
- [EIASM](#)  
4th res conference on relationship marketing and CRM  
28-29 november 2007 Brussels
- [SERVSIG](#)  
SERVSIG International Research Conference 2008  
5-7 juni 2008 University of Liverpool, UK
- [Service innovation by design](#)  
Marketing science institute  
15-17 oktober 2007 Palo Alto, Californien, USA
- [EMAC](#)  
Marketing landscapes - a pause for thought  
27-30 maj 2008 University of Brighton, UK

[Klicka här för att avregistrera din adress](#)