

1. **Nya marknadsperspektiv - efter den finansiella tsunamin(II)**  
[Vad innebär det att vara marknadsorienterad i kristider? >](#)
2. [Fungerande affärsnätverk - de små \(tjänste\)företagens framtid >](#)
3. [Industrins framtida intäktskällor >](#)
4. **Litteratur**
5. **Forskarkonferenser**



## 1. Nya marknadsperspektiv - efter den finansiella tsunamin (II)

I förra numret av vårt nyhetsbrev reste vi frågan om analysen i media varit tillräckligt vidsynt om vad den ekonomiska krisen handlar om, och vad marknadsforskningen kan tillföra, när det gäller lösningar. Då handlade det om räddningsaktionerna – och professor Bo Edvardsson, CTF konstaterade bl a att (räddnings-)pengar inte är lösningen, utan att kundernas perspektiv i praktiken och det som ger värde i användning måste vara styrande på ett helt annat sätt än som varit fallet tidigare

Här kommenterar nu professor **Lars-Gunnar Mattsson**, HHS om vad det innebär att vara marknadsorienterad i kristider, och vad man behöver tänka på när det gäller resursanpassningar och neddragningar utan att förlora viktiga relationer och svårersättliga tillgångar i de företags-/affärsnätverk man är en del av.

- Många relationer till kunder, leverantörer och andra samarbetspartners är viktiga resurser för framtiden. Det handlar om företagets långsiktiga utveckling och innovationsmöjligheter, konstaterar han, därför gäller det att "dra ned" på rätt sätt, och med mer eftertanke än att bara "skära kostnader" på kort sikt.

[Läs mer >](#)

## 2. Fungerande affärsnätverk - de små (tjänste)företagens framtid

Inte minst i näringspolitiken finns ett starkt intresse att stödja små företags tillväxt och utveckling, även om formerna för hur det ska gå till för att lyckas, kanske inte alltid är lika klara som ambitionerna. Därför känns det särskilt roligt att i MTC Aktuellt kunna berätta om ett mycket lovande exempel och utvecklingsprojekt, där kundinvolvering är nyckelordet.

Det handlar om företagsnätverket Idea plant för innovativ design och kommunikation. Nätverket består av 52 företag i Mälardalen med tillsammans 106 anställda och nära 100 miljoner i omsättning, som tillsammans bl a bedriver det s k KIT-projektet, ett FoU-projekt om kunders involvering och aktiva deltagande i utvecklingen av nya tjänster.

Vi har ställt några frågor till Idea Plants projektledare **Eugenie Pettersson**.

[Läs mer >](#)





### 3. Industrins framtida intäktskällor

-Tillväxtpotential på 20-30% för industriella tjänster.

- Det finns en tillväxtpotential på 20 – 30 % för industriella tjänster och det borde vara särskilt intressant nu i det ekonomiska läge vi befinner oss , konstaterade bl a **MTCs** föreståndare **Eva Nilsson** inledningsvis , vid ett seminarium på IVA arrangerat av Ny teknik och MTC i samverkan. En av de viktigaste utmaningarna för att realisera den ligger i att bättre förstå kundens processer och därmed kunna skapa (nya) värden för kund. Inte minst viktigt när produkterna globalt blir mer likvärdiga.

[Läs mer om seminariet >](#)

Rapporten från projektet går att beställa direkt från MTC, se nedan.

---

### 4. Litteratur

#### Creating Business out of Industrial Offerings

A transition, from a product-oriented to a service-oriented firm is generally not an easy task or a quick fix. It takes top management commitment and requires dedicated efforts since there are several hurdles to overcome. The embedded hurdles and new requirements are highlighted in this report based on the learnings in a project by 8 leading manufacturing companies. It is written for management, business developers and other staff responsible for services and industrial offerings. ISBN: 978-91-633-4322-3

[Order the report here >](#) for a price of 150SEK (ex moms)

---

CREATING  
BUSINESS OUT  
OF INDUSTRIAL  
OFFERINGS

FRAGLES FROM MARKET LEADING 800 COMPANIES



#### Marknadsorientering Myter och möjligheter

Företag måste vara marknadsorienterade för att kunna växa och vara lönsamma! Framgångsrik marknadsföring kräver kunskaper om hur marknader förändras och fungerar. Det gäller att inte fastna i myter och vanföreställningar.

I boken ger ledande marknads- och marknadsföringsforskare; varav 19 professorer, sina synpunkter på marknadsföringens myter och möjligheter. Marknadsorienteringens påverkas av bl a globalisering, informations- och produktionsteknologi, tjänsteutveckling, näringspolitik och relationen mellan samarbete och konkurrens för att bara nämna några. Du kan beställa boken från MTC här >

Bokens redaktör: Lars-Gunnar Mattsson, utgiven på Liber förlag 2008, ISBN: 978-91-47-08892-8 Boken går att beställa från MTC för 240,- (ex moms) [här >](#)

---

### 5. Forskarkonferenser

[QUIZ 11. Quality in Service >](#)

11-14 juni, Tyskland

[12th int QMOD conference on Quality and Service Science >](#)

27-29 aug, Verona Italy

[18th annual Frontiers in Service >](#)

29 okt - 1 nov, Hawaii, USA

Ett projekt MTC driver har blivit utvalt bland 300 bidrag. [Läs mer om projektet >](#)

Naples forum on Service:

[SDL, SS and Network theory >](#)

16-19 juni, Capri

[25th IMP Conference >](#)

3-5 sept, Marseille, France

[CTF Service Academy >](#)

20 nov, Stockholm, Sverige

