



STIFTELSEN MARKNADSTEKNISKT CENTRUM

MTC Fokusgrupp

Tema: Kundrelationer i sociala nätverk



Vad vill kunderna få ut av livet på nätet och hur ser konsumtionen av sociala media ut? Eva Ossiansson och Lennart Hast som leder fokusgruppen har under flera år intresserat sig för konsumenters känslomässiga upplevelser av värde på internet, via bloggar och andra sociala medier och har anlitats både som föreläsare och som sakkunniga.

Inriktning

Denna fokusgrupp är inriktad på att öka deltagarnas förståelse för den logik som ligger bakom användande av internet, bloggar och sociala media. Vi kommer att utgå från kundens perspektiv och fokusera på vad som skapar värde för kund i dessa media och hur företaget kan använda kunskapen i sin kommunikation och interaktion med kunder.

Bakgrund

Facebook, Twitter, bloggar är exempel på media som påverkat vårt umgänge vänner mellan. 84 % av alla svenskar mellan 9-79 år har tillgång till internet i hemmet. 73 % har tillgång till bredband. 39 % av alla internetanvändare är medlem i en webb Community. Vilka konsekvenser får ett beteende där man delar med sig på nätet av konsumenterfarenheter? Kan företag dra fördel av ett sådant engagemang?

En ny logik håller på att växa fram som mer är baserad på känslor och känslomässiga band. Denna nya logik betonar i högre grad kundens makt i förhållande till företaget och sätter fingret på nödvändigheten av att i grunden förstå kunden och kundens upplevda verklighet.

Genomförande

Fokusgruppen inleds med ett **konstituerande möte i Göteborg under våren 2010** och följs sedan av tre mötestillfällen, från kl 13:00 till 17:00, i Göteborg alternativt hos deltagande företag.

Fokusgruppen kommer att ledas av
Ekonomie doktor **Eva Ossiansson**, Centrum för konsumtionsvetenskap och marknadsföring vid Handelshögskolan i Göteborg samt **Lennart Hast** doktorand med inriktning mot marknadsföring och media, Handelshögskolan i Göteborg.

Företagens frågor

- Hur påverkar kundernas ökande makt över kommunikationen - företaget och dess marknadsföring?
- Vari består värdet av att vara social med vännerna på nätet?
- Vem bloggar om företaget, läser någon och bör du bry dig?
- Hur skapa förtroende på nätet och vad är det som är viktigast för kunden?
- Hur utveckla tjänster på nätet som kunden uppfattar verkligen skapar värde?

Deltagare

En fokusgrupp sätts samman av företag och branscher som inte har konkurrerande verksamheter och där ett spännande utbyte kan komma tillstånd och man kan lära sig av varandras erfarenheter.

Denna fokusgrupp vänder sig till affärsutvecklare och marknadsförare.

Avgift

Medlem i MTC deltar till reducerat kostnad 10.000 kr. Avgift för icke medlem är 20.000 kr per deltagare.

Anmälan

Eva Nilsson MTC Stiftelsen Tel 08 58617582 eller mejl eva.nilsson@mtcstiftelsen.se