



# STIFTELSEN MARKNADSTEKNISKT CENTRUM

## MTC FocusGrupp

### Tema: Digitala affärsstrategier

I den digitala affärsvärlden sker just nu en mycket intressant utveckling, som innebär helt nya affärsupplägg. Några branscher som dataspel och musik har varit exceptionellt framgångsrika, men även företag inom mer "traditionell" industri har börjat utveckla koncept och metoder för att driva sina affärer digitalt. MTCs årsseminarium 2009 behandlade detta [tema >](#) och intresset var mycket stort både bland företagen och bland forskarna. Det var bitar av en ny värld, som presenterades. Den digitala affärsvärlden kommer rullande med ständig substitution och starkt ökad konkurrens. Nu sätter vi samman denna nya FocusGrupp för att kunskapa mer målinriktat om detta spännande tema.

Möt framstående kolleger, lär av varandra i en strukturerad dialog med kompletterande, utvecklande och förklarande speglingar och input från kvalificerad forskning.



#### Inriktning

Den digitala utvecklingen innebär att produkter, strategier och affärsmodeller ständigt utvecklas. Flera svenska företag har varit mycket framgångsrika med att bygga helt nya affärsupplägg.

Digitala affärer innebär att den gamla kartan för verksamheten ganska drastiskt kan komma att förändras genom nya kanaler, att gränser mellan marknadsföring och försäljning suddas ut liksom att kunden får en mycket mer direkt roll i affärsutvecklingen.

Nya virtuella modeller och communities gör det möjligt att kunna skapa en större närhet till kund, något som i sin tur kommer att föda nya koncept, affärsupplägg och säljmöjligheter.

**Denna FocusGrupp är således inriktad på förutsättningarna för att göra affärer digitalt. Vilka är trenderna i den digitala affärsvärlden och vad betyder de för mitt företag? Vilka affärsstrategier fungerar och varför? Vad utmärker framgångsrik försäljning i den digitala världen? Hur utvecklar man de virtuella modellerna så att de på ett kraftfullt sätt stöder den pågående affären? Detta är några frågor, som gruppen kommer att inrikta sig på. Målgrupp är affärsutvecklare, marknads- och säljchefer i olika typer av större och medelstora företag.**

#### Företagens frågor

Inom ramen för temat kommer de deltagande företagens frågor att behandlas. Som deltagare i gruppen har du möjlighet att vara värdföretag i något av mötena som gruppen genomför och då blir dina frågor huvudämnet för mötet.

#### FocusGruppen

är en lösningsorienterad metod för problemanalys, och en snabb väg från breddad kunskap och fördjupad insikt till välgrundade beslut och operativa handlingsplaner. Under ett halvår till ett år genomförs fyra träffar. Varje träff baseras på en till två deltagares frågeställning och input från relevant forskning. De diskussioner, som förs i gruppen är helt konfidentiella, och utmynnar i företagsanpassade lösningsidéer och resultat.

#### Genomförande

FocusGruppen inleds med ett **konstituerande möte i Stockholm tisdagen den 27 april 2010 kl 13:00-17:00**, och följs sedan av tre "en-dag"-träffar, från kl 13:00 till ca 18:00 hos något deltagande företag.

FocusGruppen kommer att ledas av **professor Dominic Power, Uppsala universitet** och **projekt- och processledare Ann-Charlotte Plogner, Marknadstekniskt Centrum**. Vid behov deltar också ytterligare forskare.

#### Avgift

Avgiften för medlemmar i MTC är 10.000 kr och för icke-medlem är avgiften 20.000 kr per deltagare.

#### Anmälan

Till **Ann-Charlotte Plogner**, MTC tel 08-586 175 86, eller [ann-charlotte.plogner@mtcstiftelsen.se](mailto:ann-charlotte.plogner@mtcstiftelsen.se) senast den 16 april 2010.