



STIFTELSEN MARKNADSTEKNISKT CENTRUM

MTC FocusGrupp

Tema: Handels framtida marknadsplatser

Hur kommer framtidens handel att se ut och vad kommer att karaktärisera framtidens marknadsplatser? Detaljhandeln är en bransch i ständig förändring och de senaste tjugo åren har också varit särskilt händelserika. Mycket av den utveckling som har varit har kommit att ske på handels olika marknadsplatser. Bakom utvecklingen döljer sig en rad omvärldsförändringar och konkurrensprocesser. För att framgångsrikt hantera en föränderlig framtid bör handels aktörer bedriva konstant omvärldsanalys och fundera kring strategier för att möta framtiden på bästa sätt. För att på ett systematiskt sätt möta framtiden sätter vi nu samman denna nya FocusGrupp för att kunskapa mer målinriktat. FocusGruppen kommer att ha särskilt fokus på vad som kommer att hända på Handels framtida marknadsplatser.



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

FocusGruppen tar utgångspunkt i en MTC-rapport om framtidens handel som publiceras inom kort.

Inriktning

Handeln har genomgått en omfattande struktur-omvandling under de senaste decennierna och frågan är hur framtidens handel och framtidens marknadsplatser kommer att se ut?

Gruppens inriktning är framför allt att förstå de pågående konkurrensprocesserna och hur marknadsplatserna utvecklas och vässas pga olika strukturella drivkrafter och omvärldsfaktorer. T ex genom att

- E-handeln bryter igenom
- Second - hand marknaden växer
- Stadsdelscentrum får en renässans
- Dead-Malls blir vanligare
- Cityhandeln i mellanstora/större städer utvecklas
- Externhandel/köpcentrum kommer att fortsätta att växa.

Den gamla kartan kommer att förändras. Och vi kan inte veta säkert hur framtiden kommer att gestalta sig. Men genom att synliggöra dagens marknadsförutsättningar och vara observant på de förändringar som pågår kan vi på ett proaktivt sätt påverka utvecklingen och utveckla våra verksamheter.

Målgrupp är de aktörer inom handeln som verkar på och med handels marknadsplatser. Affärsutvecklare inom detaljhandeln, köpcentrumaktörer och kommunala aktörer. Personer som i sin vardag måste fundera på vad som kännetecknar en framgångsrik marknadsplats, vad behöver göras för att den ska bli än mer framgångsrik och hur ska man hantera en intensiv konkurrens och en föränderlig framtid.

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 onsdagen 8 september 2010 kl 13:00-17:00, och följs sedan av tre "en- dag"-träffar, från kl 13:00 till ca 18:00 hos någon av de deltagande företagen/organisationerna.

FocusGruppen kommer att ledas av ek dr Fredrik Bergström, affärsområdeschef WSP analys & strategi och tidigare VD för Handels utredningsinstitut.

Avgift

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

Anmälan

Till Marie Wahlström, MTC tel: 08-586 175 24, eller marie.wahlstrom@mtcstiftelsen.se