

1. **En skön sommar önskar MTC**
2. **Tänk om marknad**
3. **Framtidens handel**
4. **Konsten att göra komplexa affärer**
5. **Litteratur**
6. **Konferenser**



1. En skön sommar önskar MTC

På ett mycket välbesökt seminarium **Tjänstestrategier för morgondagens vinnare** den 14:e juni, som MTC genomförde tillsammans med VINNOVA diskuterades en ny marknadslogik, kanske inte direkt ny men som skapar förnyelse. På plats fanns välkända forskare med internationellt renommé såväl som företagsledare och representant från Näringsdepartementet som berättade om regeringens tjänsteinnovationsstrategi. [Läs mer om seminariet >](#) Vill du veta mer om den nya marknadslogiken, beställ **Tänk om marknad** som beskrivs nedan.

På MTC avslutar vi nu en intensiv vår/försommar med bland annat start av flera FocusGrupper samt [utvecklingsprojektet Flexkraft >](#) Vi har även bjudit in till ett antal morgonseminarier, samt lanserat ett antal publikationer (se mer om dessa nedan) som behandlar marknad och tjänster.

Vi är tillbaka i höst med en mängd spännande aktiviteter. Bland annat kommer vi att bjuda in till fler frukostseminarier som ska ge en inblick i dagens forskning samt lyfta fram företagets framgångar och nyckelfrågor. Vi kommer även starta flera FocusGrupper för ömsesidigt utbyte mellan akademi och näringsliv, bland annat inom områden som komplexa affärer och handelns framtida marknadsplatser (se mer om dessa grupper nedan).

Vi vill önska dig en skön sommar och ser fram emot att ses i höst!
 Eva Nilsson
 Föreståndare MTC



2. Tänk om marknad -användarens tid är nu

MTC-skriften **Tänk om marknad** är en populär introduktion till den marknadslogik som nu utvecklas över den industrialiserade världen. Vad den nya marknadslogiken gör är att fånga upp och sammanfatta en modernare syn på marknad, marknadsföring, produkter, tjänster, värde, utbyte etc. Det nya synsättet har en sprängkraft på hur företag och organisationer kan komma att betrakta kunder och kundinvolvering, hur mål och strategier formuleras och hur verksamheter organiseras.

Många företag arbetar redan med dessa frågor, varför man kan säga att den nya marknadslogiken inte är helt ny – men står för att skapa förnyelse!

[Läs mer om skriften, beställ eller ladda ner som pdf >](#)



3. Framtidens handel

Syftet med denna rapport är att ge impulser till nya tankar och insikter till strategisk nytta för handelns aktörer. Det har skett en stor förändring av handeln de senaste 20 åren. Stormarknader och lågprisaktörer har blivit allt vanligare, e-handeln ökar och varusortimentet har blivit mycket större. Om man blickar framåt ser man att handeln får allt mer konkurrens av tjänstesektorn.

[Läs mer om rapporten, beställ eller ladda ner som pdf >](#)

MTC vill också med skriften som underlag, fortsätta att fördjupa dialogen och på traditionellt MTC-sätt genom att forma spännande mötesplatser och inbjuder därför till en FocusGrupp:

[Handelns framtida marknadsplatser >](#)

Kontakta [Marie Wahlström](#) för mer information, tele: 08-586 175 24.





4. Konsten att göra komplexa affärer

Forskningsledaren för gruppen är Ek dr **Lars-Johan Åge**, och inriktning på gruppens tema bygger på hans modell för att göra komplexa affärer, den sk *Affärsbaxningsmodellen*, som rönt stor uppmärksamhet i ekonomiska media. Gruppen kommer att utgå från företagets frågor kring komplexa affärer, och diskutera lösningar och idéer utifrån modellen.

[Läs mer om FocusGruppen >](#)

eller kontakta [Marie Wahlström](#) för mer information, tele 08-586 175 24

5. Litteratur

Hållbar marknadskommunikation

Hållbar marknadskommunikation är en bred handbok för dig som arbetar på en marknadsavdelning, en medie- eller reklambyrå, ett medieföretag, är student eller bara nyfiken. Den behandlar marknadskommunikation ur ett helhetsperspektiv och visar hur man arbetar med marknadskommunikation som både håller i längden och ger positivt resultat. Boken ger en inblick i hur branschen fungerar, vilka aktörerna är, hur köp- och säljprocessen går till och vad du som kommunikatör bör tänka på.

Libri AB
ISBN 978-91-47-09040-2

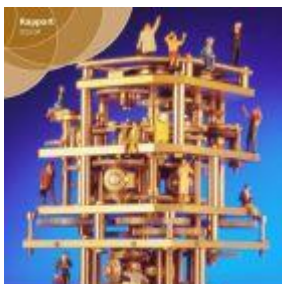
Anna Katarina Berglund & Pia Boson

De nya affärsmodellerna -värdeskapande affärsinnovationer

Sveriges näringsliv har förändrats dramatiskt under de senaste decennierna. Från att de framgångsrika industriföretagen ständigt växte och dominerade vår syn på vilka innovationer som var viktiga, till att tjänsteföretagen och deras affärsmodeller nu spelar en allt större roll för innovation, produktivitet och sysselsättning.

Föreliggande rapport är en förstudie till ett regeringsuppdrag som *Tillväxtanalys* har: att analysera betydelsen av tjänsteinnovationer och behovet av bättre statistik och indikatorer för att beskriva tjänsteekonomins utveckling.

Förstudien är skriven av **Tommy Bergkvist, SMI** – Strategic Management Institute.



De nya affärsmodellerna
- värdeskapande affärsinnovationer

Dnr 2009/275
www.tillvaxtanalys.se

6. Konferenser

[VINNOVA, Tjänsteerbjudanden - en väg till ökad konkurrens i industriföretag >](#)

6-8 juli 2010, Visby, Almedalen, Sverige

[IMP Business networks - Globality, Regionality, Locality >](#)

2-4 september 2010, Budapest, Ungern

[NoRD2010, Workshop on relationship dynamics >](#)

6-8 oktober 2010, Uppsala Universitet

[QUIS 12 >](#)

2-5 juni 2011, Cornell University, NY, USA

[13th QMOD Conference on Quality and Service Science >](#)

30 aug - 1 sept 2010, Brandenburg, Tyskland

[Service Innovation >](#)

22-23 september 2010, London, UK

[The Nordic Conference on Service Design and Service Innovation >](#)

1-3 dec 2010, Linköping University, Sweden

