

29.5.2006

På väg mot bättre förståelse för marknadsföring samt marknadsföringskunnande med hjälp av StratMark projektet

StratMark projektet är både ett forskningsprojekt gällande strategisk marknadsföring och den strategiska marknadsföringens influensmöjligheter och ett nationellt program för att höja marknadsföringskunnandet och uppskattningen av marknadsföring. Målsättningen är att starkt fokusera på att utveckla nivån på det finska marknadsföringskunnandet samt att uppmärksamma företagens ledningsgrupper på den strategiska marknadsföringens teman.

De centrala aktörerna i förverkligandet av StratMark projektet är Helsingfors handelshögskola (HSE) och Svenska handelshögskolan (Hanken): Amer Sports verkställande direktör **Roger Talermo** har fungerat som primus motor för projektet tillsammans med Amer Sports kommunikationsdirektör **Max Alfthan**. Som finansärer och samarbetspartners för det av HSE koordinerade projektet fungerar i det här skedet Tekes, Amer-yhtymä, Markkinointiliitto och Kontentia.

StratMark genomförs av Finlands bästa forskningsexperter inom marknadsföring; professorerna **Christian Grönroos** och **Tore Strandvik** på Hanken samt professorerna **Kristian Möller** och **Henrikki Tikkanen** på HSE. I projektet deltar även flera forskarstuderande med sina doktorsavhandlingsprojekt samt **Petri Parvinen** från HSE och **Robert Wendelin** från Hanken som post.doc. forskare.

Förutom sin forskningsnatur är också StratMark projektet en rörelse som strävar efter att öka förståelsen för och värderingen av marknadsföring för att permanent höja det finska näringslivets internationella konkurrenskraft. Inom ramen för projektet anordnas round table -seminarier om strategisk marknadsföring samt internationella toppseminarier om ämnet.

Det finns ett stort behov för projektet eftersom marknadsföringskunnandet i Finland håller en lägre nivå jämfört med det tekniska kunnandet. En delorsak är att man underskattar marknadsföring och fokuserar på marknadsföringens operativa roll istället för den strategiska. Situationen är oroväckande eftersom marknadsföringskunnande och satsningar på marknadsföring spelar en central roll när tekniska innovationer skall omvandlas till framgångsrik affärsverksamhet.

Målet med StratMark projektet är att bland företag och samhällseliga beslutsfattare starta en fortlöpande diskussion om marknadsföringens strategiska roll med syfte att konkret öka förståelsen för och värderingen av marknadsföring. Med StratMark strävar man till att påverka företagens och vårt samhälles konkurrenskraft såväl på kort som på lång sikt, eftersom marknadsföringskunnande är grundstenen för affärskunnande i den globala ekonomin.

Projektet strävar efter att producera praktisknära och forskningsbaserad information om den nuvarande nivån och utvecklingen på strategiskt marknadsföringskunnande i den finländska affärsvärlden. Centralt i processen är att utreda och skapa modeller för marknadsföringskunnandets och -funktionernas effekt på företagets prestationsnivå, speciellt tillväxt och lönsamhet samt skapa fungerande mätmetoder för dessa.

De forskningsresultat som skapas i projektet kommer att presenteras på internationella konferenser och i vetenskapliga publikationer. De konkreta arbetsredskap som skapas som resultat av projektet kommer att presenteras för ett en bred publik: representanter för det finska näringslivet, och studerande på olika seminarier, i publikationer och genom en intensiv offentlig debatt. Det långsiktiga målet är att skapa ett värdefullt forskningsbaserat debattforum om marknadsföring som kan hjälpa finländska företag att förbättra sitt marknadsföringskunnande och därmed ge möjlighet att uppnå en bestående konkurrensfördel på den internationella marknaden.

StratMark projektet är ett av de hittills viktigaste nationella initiativen gällande forskning och utveckling inom finländskt marknadsföringskunnande. Det finns ännu plats för nya företag i projektet.

Inom ramen för StratMark projektet kommer det att organiseras en serie årliga seminarier för inbjudna deltagare. Det första seminariet kommer att hållas i Helsingfors den 18 januari 2007. På seminariet kommer den strategiska marknadsföringens nyckelfrågor att diskuteras ur ett finskt perspektiv, därtill kommer anföranden av inhemska och utländska toppchefer samt av forskare och andra opinionsbildare.

För mera information vänligen se: <http://www.stratmark.fi/> eller kontakta projektkoordinatörn Antti Vassinen (antti.vassinen@hse.fi, 050 3838 519), professor Christian Grönroos (christian.gronroos@hanken.fi), professor Tore Strandvik (tore.strandvik@hanken.fi), post. doc. forskare Robert Wendelin (robert.wendelin@hanken.fi), docent Petri Parvinen (petri.parvinen@hse.fi), professor Kristian Möller (moller@hse.fi), eller professor Henrikki Tikkanen (henrikki.tikkanen@hse.fi).

