

29.5.2006

StratMark-hankkeen myötä kohti parempaa markkinointiymmärrystä ja -osaamista

StratMark-hanke on yhtäaikaisesti sekä strategisen markkinoinnin ja sen vaikuttavuuden tutkimushanke että markkinoinnin arvonnostoon ja osaamiseen tähtäävä kansallisen tason ohjelma. Sen tavoitteena on suomalaisen markkinointiosaamisen tason vahva kehittäminen ja strategisen markkinoinnin teemojen vieminen yritysten johtoryhmien ytimeen.

StratMark-hankkeen keskeiset toteuttajat ovat Helsingin kauppakorkeakoulu (HSE) ja Svenska handelshögskolan (Hanken); hankkeen merkittävänä ideoijana ja alullepanijana on toiminut Amer Sportsin toimitusjohtaja **Roger Talermo** yhdessä viestintäjohtaja **Max Alfthanin** kanssa. HSE:n koordinoiman hankkeen rahoittajina ja yhteistyökumppaneina toimivat tässä vaiheessa Tekes, Amer-yhtymä, Markkinointiliitto ja Kontentia.

StratMarkia toteuttavat Suomen parhaat markkinoinnin tutkimusasiantuntijat; HSE:ssä professorit **Kristian Möller** ja **Henrikki Tikkanen** ja Hankenilla professorit **Christian Grönroos** ja **Tore Strandvik**. Hankkeessa on mukana myös useita väitöskirjatutkijoita ja post.doc.-tutkijoina **Petri Parvinen** (HSE) ja **Robert Wendelin** (Hanken).

Tutkimusluonteensa lisäksi StratMark on myös liike, joka tähtää markkinoinnin ymmärtämisen ja arvonnoston kautta Suomen liike-elämän pitkäaikaisen kansainvälisen kilpailukyvyyn pysyvään korottamiseen. Sen puitteissa toteutetaan strategisen markkinoinnin round table -toimintaa sekä alan kansainvälisiä huippuseminaareja.

Hankkeelle on vahva tarve, koska markkinointiosaaminen ei ole Suomessa korkealla tasolla verrattuna teknologiseen osaamiseen. Osasy on markkinoinnin aliarvostamisessa ja sen operatiivisen roolin korostumisessa strategisen roolin kustannuksella. Tilanne on huolestuttava, koska markkinointipanostuksilla ja -osaamisella on keskeinen vaikutus teknologisten innovaatioiden muuttamisessa kansainvälisesti menestyväksi liiketoiminnaksi.

StratMark-hankkeen tavoitteena on jatkuvan keskustelun käynnistäminen *markkinoinnin strategisesta roolista* sekä yrityksissä että yhteiskunnallisten päättäjien keskuudessa, jotta tämä arvonnosto konkretisoituisi. StratMarkilla pyritään vaikuttamaan yritysten ja yhteiskuntamme kilpailukykyyn niin lyhyellä kuin pidemmälläkin aikavälillä, koska markkinointiosaaminen on globaalitaloudessa liiketoimintaosaamisen kulmakivi.

Hanke tuottaa käytännönläheistä, tieteelliseen tutkimukseen perustuvaa tietoa markkinoinnin strategisen osaamisen nykytilasta ja kehittämisestä suomalaisessa yritysmaailmassa. Keskeistä prosessissa on selvittää ja mallintaa markkinointiosaamisen ja -toimintojen suhde yrityksen suorituskykyyn, erityisesti kasvuun ja kannattavuuteen, ja laatia tähän toimivat mittaamismenetelmät.

Hankkeessa syntyvä tieteellinen tieto tullaan julkaisemaan kansainvälisissä konferensseissa ja tieteellisissä julkaisuissa. Tuloksina muodostuvista käytännön työkaluista tullaan jakamaan tietoa laajalle joukolle kotimaan yritysmaailman edustajia ja opiskelijoita erilaisissa seminaaritilaisuuksissa, julkaisuissa sekä intensiivisen julkisen keskustelun kautta. Pitkän aikavälin tavoitteena on luoda arvostettu, tutkimukseen perustuva markkinoinnin keskustelufoorumi, jonka kautta suomalaisten yritysten on mahdollista, strategisen

markkinoinnin osaamistaan parantamalla, saavuttaa huomattavaa ja pysyvää kilpailuetua kansainvälisillä markkinoilla. Hanke on yksi kansallisesti merkittävimmistä tähänastisista avauksista suomalaisen markkinointiosaamisen tutkimisessa ja kehittämisessä.

StratMark-hankkeen puitteissa järjestetään sarja laajoja vuosittaisia kutsuseminaareja. Ensimmäinen seminaari järjestetään Helsingissä 18. tammikuuta 2007. Seminaarissa keskustellaan strategisen markkinoinnin avainkysymyksistä suomalaisesta näkökulmasta, kotimaisten ja kansainvälisten huippujohtajien, tutkijoiden ja vaikuttajien avauksin.

StratMark-hanke on avoin uusille osallistujayrityksille.

Lisätietoja: <http://www.stratmark.fi/> sekä koordinaattori Antti Vassinen (antti.vassinen@hse.fi), 050 3838 519), dosentti Petri Parvinen (petri.parvinen@hse.fi), prof. Kristian Möller (moller@hse.fi), prof. Henrikki Tikkanen (henrikki.tikkanen@hse.fi), prof. Christian Grönroos (christian.gronroos@hanken.fi) ja prof. Tore Strandvik (tore.strandvik@hanken.fi).

Helsingin kauppakorkeakoulu – Helsinki School of Economics HSE
Viestintä, puh. (09) 4313 8621, sähköposti viestinta@hse.fi, www.hkkk.fi/tiedotus

