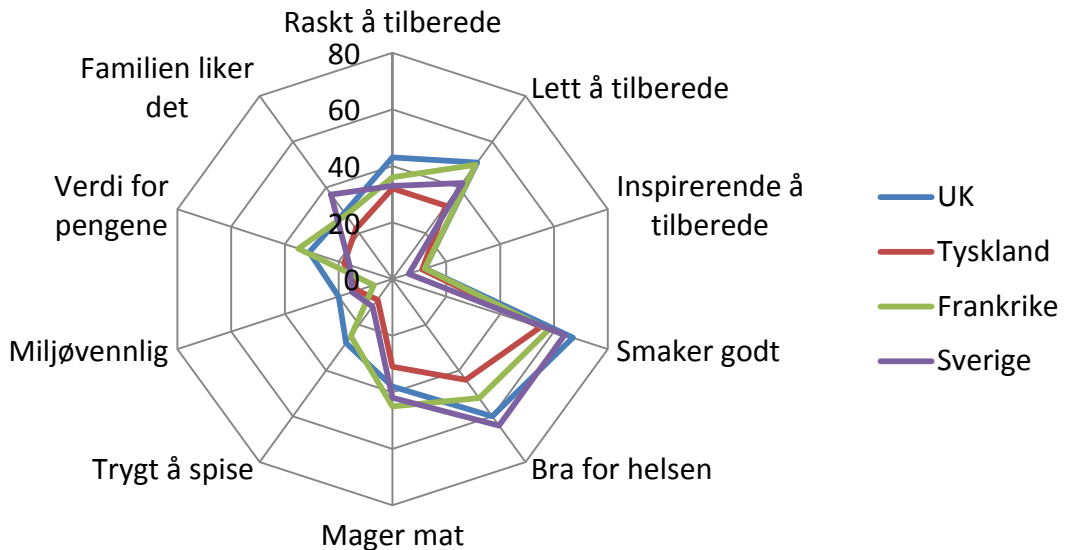


Markedsbasert produktutvikling – kunnskap om konsumentene

Det er en utfordring at den norske fiskerinæringen er langt fra konsumentene som har en stor innflytelse på priser og lønnsomhet. Markedsføring av sjømatprodukter omfatter produktutvikling, promotering og distribusjon. Vellykket markedsføring må være basert på kunnskap om konsumentene. I Qualifish prosjektet skal det gjennomføres en stor konsument undersøkelse som skal øke kunnskapsgrunnlaget for markedsføring av torskeprodukter.

- Det utvikles nå en omfattende web-basert spørreundersøkelse av IRIS/UiS forskere hvor flere tusen konsumenter i europeiske blir intervjuet. Konsumentene blir spurt om sitt konsum og preferanser i forhold til torskeprodukter og substitutter.
- Undersøkelsen gir også kunnskap om konsumentenes generelle «matrelaterte livsstil», altså hvilke holdninger de har til innkjøp av mat, tilberedning, måltidssituasjonen, mat og helse, etc. Dette er nyttig når konsumentene skal segmenteres i målgrupper.
- For de aktuelle produktene vil vi få kunnskap om konsumentenes holdninger til forhold som produkt informasjon, helse ("sunnhet"), pris/kvalitet, smak, ferskhet, matlaging og lettvinhet.



- Figuren over viser prosent andel av 500 intervjuede konsumenter i hvert land som er enige i ulike påstander om torskeprodukter generelt.
- Figuren viser at det er betydelige muligheter for å styrke posisjonene til torskeprodukter gjennom produktutvikling og kommunikasjon til konsumentene.
- I den kommende undersøkelsen vil vi gå inn på mer spesifikke frosne og kjølte torskeprodukter.