



Re-design gir salgsuksess

Sigvald Rist, Lofotprodukt AS

FISK 2006

27. november



Agenda

Presentasjon av Lofotprodukt AS

Erfaringer fra en designprosess

Litt om merkevarebygging





Vår historie og forretningsidé

Etablert i 1994

40 ansatte med solid kompetanse og erfaring

Lokalisert til Leknes i Lofoten, hvor vi har moderne produksjonslokaler (3.500 m²)

Regionskontor i Oslo med 3 ansatte

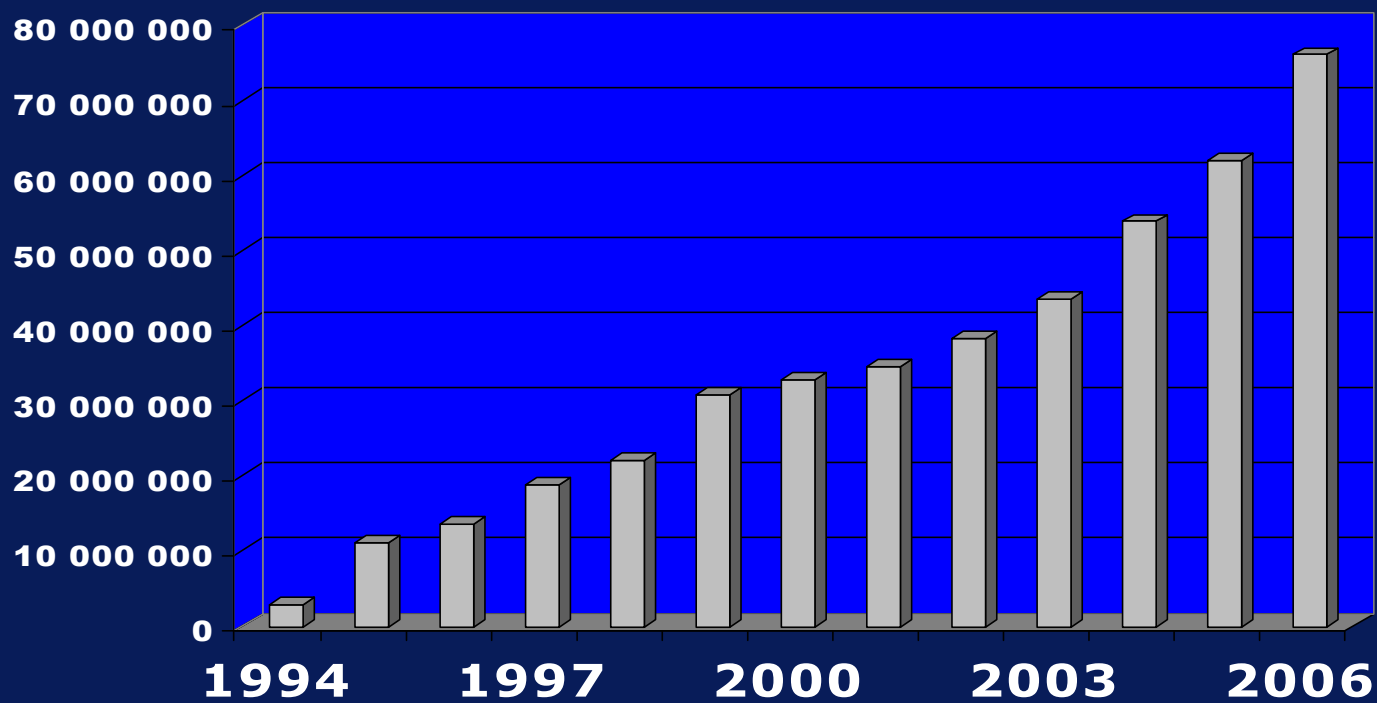
Endret varemerke fra "Lofot-Delikatesser" til "Lofoten" vinter -03

Vi har vunnet flere prestisjetunge priser; bl.a *Mattilsynets Kvalitetspris og Gullmedalje i NM Røkt og gravet laks*





Omsetningsutvikling



ET HAV AV DELIKATESSER



Vår målgruppe

Voksne, bevisste forbrukere som søker kvalitet, bredde, variasjon og inspirasjon innen fisk og sjømat.



ET HAV AV DELIKATESSER



Hvilken opplevelse skal merket gi forbruker?

Når jeg kjøper fisk og sjømat fra "Lofoten", kjøper jeg det beste som finnes av denne type produkter.

Jeg kjenner kvaliteten på smaken og får en bedre matopplevelse.

Jeg blir inspirert til å bruke fisk og sjømat oftere og på nye og andre måter.

Jeg føler meg som en god kokk når jeg serverer fisk og sjømat fra "Lofoten".



Hvorfor et designprosjekt?

Behov for økt omsetning

Strukturelle endringer i bransjen gir færre og større enheter

Analyse viste at de fleste produktene i vår kategori så like ut

Konklusjonen var at design kunne være en aktuell strategi for økt vekst





Før og etter....



Pakninger før redesign



ET HAV AV DELIKATESSER



Resultater Re-design

Ca 50 % økning i re designede kategorier

Etter 3 år er økningen på over 200%

Svært god mottagelse i handelen og blant forbrukere.

“Døråpner” ved lansering i nye markeder

Stor oppmerksomhet i media; VG, NRK Dagsnytt, DN, Aftenposten, P4, Vi Menn, lokalaviser og en rekke fagblad.

Økt stolthet og kvalitetsfokus blant bedriftens ansatte





Erfaringer/tips

Design er et strategisk anliggende

Må baseres på troverdige utgangspunkt

Vær forberedt på at ting tar tid, og at dette er resurskrevende

Ha selv styring over prosessen

Sørg for å ha enighet om budsjett, omfang og øvrige rammer, før oppstart



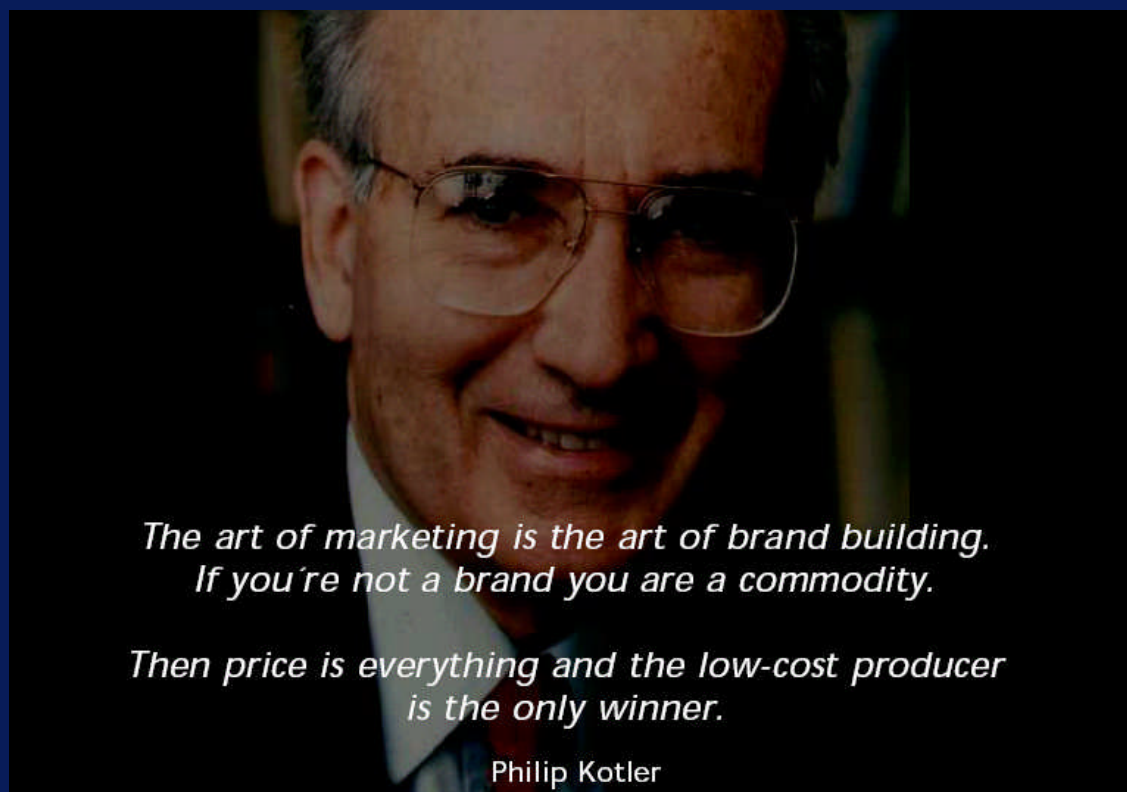


Litt om merkevarebygging



ET HAV AV DELIKATESSER

Hva er en merkevare?



Jan Blichfeldt, "Merkevarebygging for administrerende direktører"



Hva er definisjonen på en merkevare?

Merkevare er bedriftens renommé.

Jan Blichfeldt



Lækker laks til hele Norge

Det startet i 1999, med gründere som egenhendig svingte kjøkkenkniver og annet enkelt utstyr. Nå er Mesterlaks-produkter å finne i matvarebutikker over det meste av Norge.



ET HAV AV DELIKATESSER



Tatt for helsefarlig juks

Først vant de NM i røkelaks. Nå trekker Mattilsynet produktene deres tilbake fra markedet.



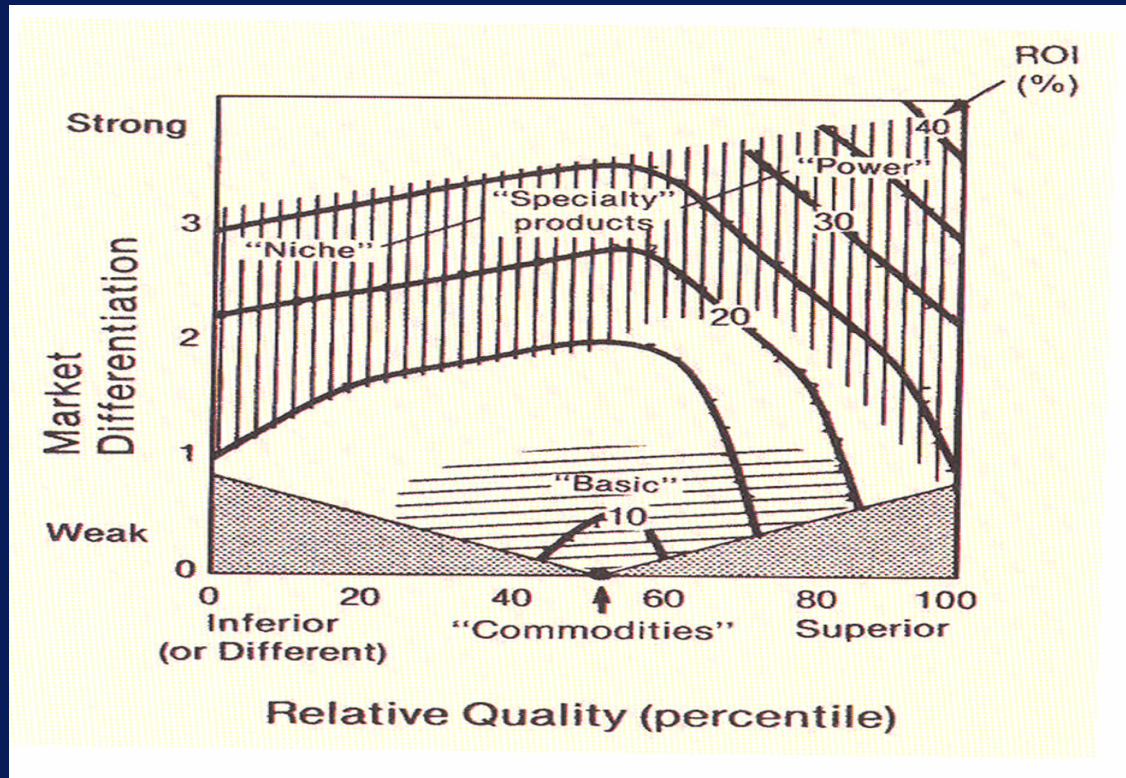
Fjernmet laks. Arve Halmøy ved Rema 1000 Stavset måtte i går fjerne røkelaksen fra Mesterlaks fra hyllene.



Mesterlaks AS konkurs

Sju ansatte mister jobben når Mesterlaks AS legges ned, etter at hovedkunden Rema 1000 brøt alt samarbeid som følge av nitrittskandalen i januar.

Verdien av differensiering



"The PIMS Principles", Buzzell og Gale



Mer info på www.lofotprodukt.no

Takk for oppmerksomheten!



ET HAV AV DELIKATESSER