

---

## Kvalitet gjennom verdikjeden

### Foredraget

- Litt om oss og hvordan vi jobber
- Kommunikasjon av kvalitet i verdikjeden
- Resultater så langt
- Planen videre

2



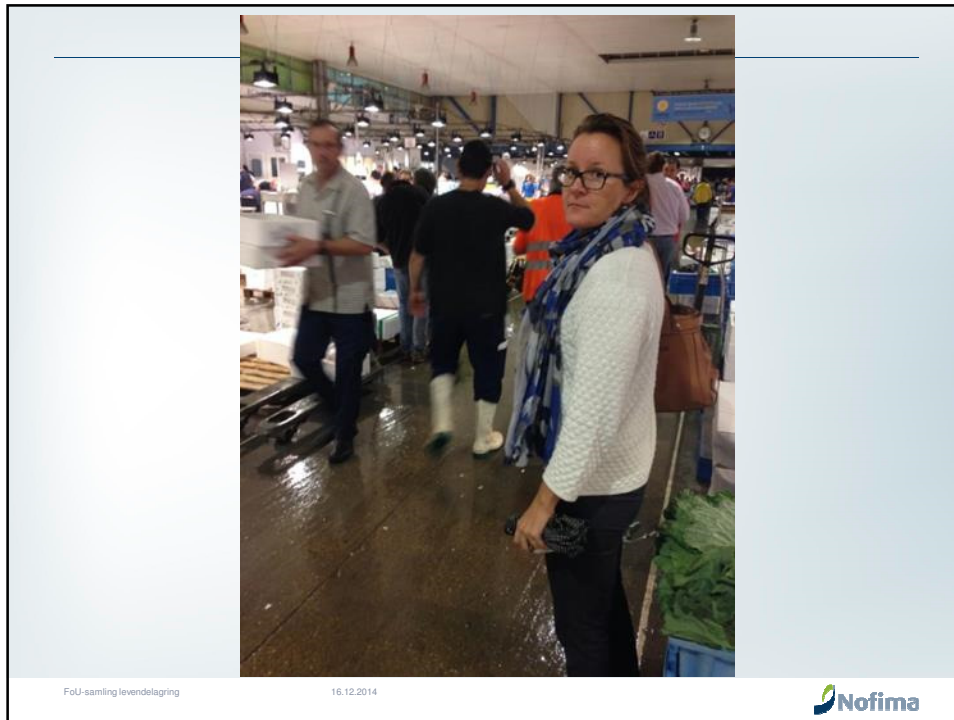
---

## Avdeling Forbruker og Marked

- Forbrukeratferd og industriell kjøpsadferd
  - Hva påvirker de valg som gjøres?
- Markedsføringsstrategier
  - Differensiering, bærekraft, suksesskriterier, inngangsstrategier
  - Markedsbasert produkt- og konseptutvikling
  - Spesialkompetanse i enkeltmarkeder
  - Strategier for å møte økt konkurranse i et globalt marked

3





## Kommunikasjon av kvalitet - informasjonsflyt i verdikjeden

- Kvalitet viktig for konkurransevne, pris, m.m.
- Hva er god kvalitet?
- Varierer bl.a. med:
  - Bedriftsstrategi
  - Hvor i verdikjeden
  - Markedsforhold

## Elementer i informasjonsflyt

- Hvordan og hvor ofte får man informasjon?
- Muligheten til å påvirke sin leverandør?
- Muligheten til å påvirke lengre bak i verdikjeden?
- Er man tilfreds med den informasjonen man får?
- Hvor tett er relasjonene?
- Er informasjonen pålitelig?
- Er verdikjeden forutsigbar?



**Vi kjøper ikke fisk fordi den er billig,  
men fordi vi har noe bestemt vi skal  
bruke den til. Hvis fisken ikke passer  
blir mitt liv et mareritt**

Polsk innkjøper

## Tyskland, Frankrike og Spaina



Frishe paradis i Tyskland

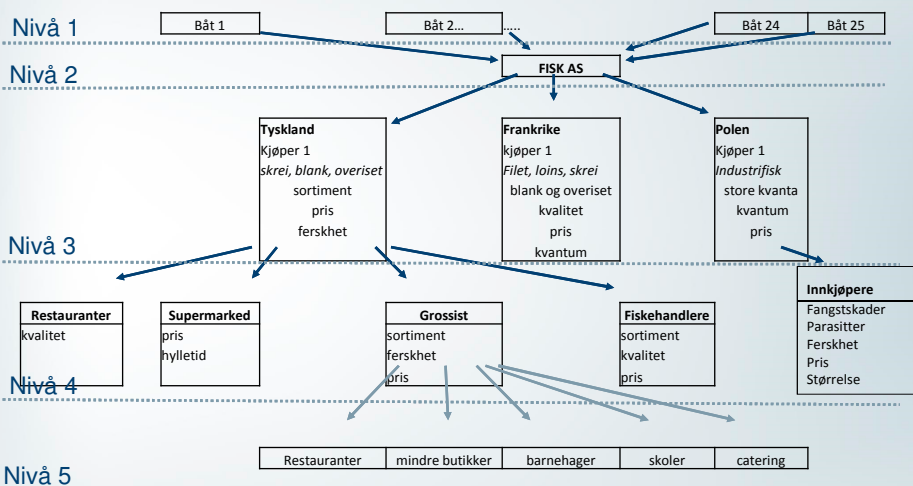
Fiskehandler ved Sacre Coeur i Paris



Presentasjon Departementet

09.12.15

8



9



- Noen selskaper går igjen som de mest pålitelige
- Importører har en «*ja*» og en «*nei*» liste
- Pakkenummer på bruk og båt (trål) brukes som kvalitetsstempel

## Suksesskriterier

- Pålitelighet
- Forutsigbarhet
- Bygge relasjoner
- Kunnskap om alle ledd i verdikjeden
- Riktig og konsekvent sortering
- Leveringsdyktighet
- Informasjonsflyt som fungerer

## To grupper innkjøpere

- Med og uten kompetanse
- Forskjellig fokus



12




**Det er viktig å kjenne verdikjeden og ha fokus på sluttproduktet. Hvis jeg ikke får den fisken jeg trenger kan det være fordi jeg spør feil spørsmål. Det er et viktig element å få ting til å passe i begge ender.**

Polsk innkjøper

13

## Oppsummering

1. Kommunikasjonen fungerer ofte mellom eksportør og importør
2. Kommunikasjonen fungerer ikke utover eksportør-importør leddet
3. Kommunikasjon bør være en dialog
4. De bedriftene som behersker kommunikasjon ser ut til å ha bedre økonomiske resultater

14



## Videre arbeid

- Intervjue flere produsenter av «industrifisk»
  - Polen jan/feb 2016
- Intervjue flere båter
  - Små og store (fra sjark til trål)



15



---

## Kvalitet gjennom verdikjeden

### Foredraget

- Litt om oss og hvordan vi jobber
- Kommunikasjon av kvalitet i verdikjeden
- Resultater så langt
- Planen videre

2



---

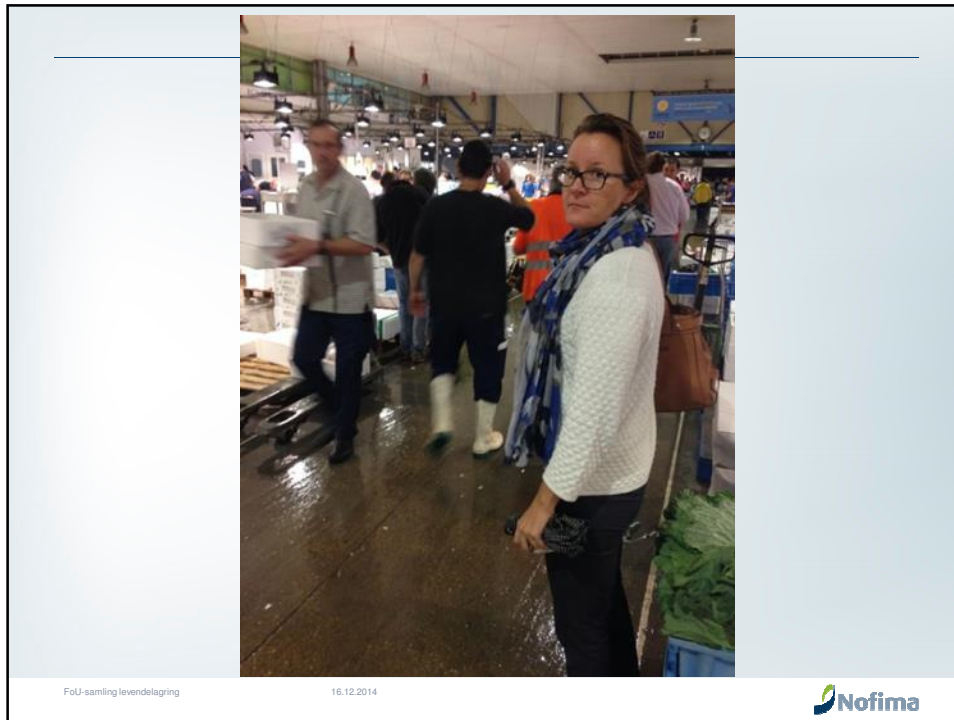
## Avdeling Forbruker og Marked

- Forbrukeratferd og industriell kjøpsadferd
  - Hva påvirker de valg som gjøres?
- Markedsføringsstrategier
  - Differensiering, bærekraft, suksesskriterier, inngangsstrategier
  - Markedsbasert produkt- og konseptutvikling
  - Spesialkompetanse i enkeltmarkeder
  - Strategier for å møte økt konkurranse i et globalt marked

3







## Kommunikasjon av kvalitet - informasjonsflyt i verdikjeden

- Kvalitet viktig for konkurransevne, pris, m.m.
- Hva er god kvalitet?
- Varierer bl.a. med:
  - Bedriftsstrategi
  - Hvor i verdikjeden
  - Markedsforhold

## Elementer i informasjonsflyt

- Hvordan og hvor ofte får man informasjon?
- Muligheten til å påvirke sin leverandør?
- Muligheten til å påvirke lengre bak i verdikjeden?
- Er man tilfreds med den informasjonen man får?
- Hvor tett er relasjonene?
- Er informasjonen pålitelig?
- Er verdikjeden forutsigbar?



**Vi kjøper ikke fisk fordi den er billig,  
men fordi vi har noe bestemt vi skal  
bruke den til. Hvis fisken ikke passer  
blir mitt liv et mareritt**

Polsk innkjøper

## Tyskland, Frankrike og Spaina



Frishe paradis i Tyskland

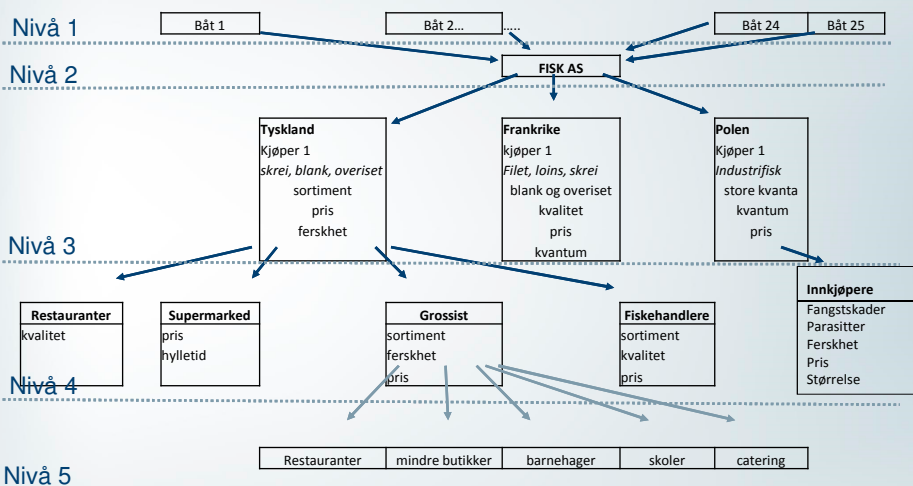
Fiskehandler ved Sacre Coeur i Paris



Presentasjon Departementet

09.12.15

8



9



- Noen selskaper går igjen som de mest pålitelige
- Importører har en «*ja*» og en «*nei*» liste
- Pakkenummer på bruk og båt (trål) brukes som kvalitetsstempel

## Suksesskriterier

- Pålitelighet
- Forutsigbarhet
- Bygge relasjoner
- Kunnskap om alle ledd i verdikjeden
- Riktig og konsekvent sortering
- Leveringsdyktighet
- Informasjonsflyt som fungerer

## To grupper innkjøpere

- Med og uten kompetanse
- Forskjellig fokus



12




**Det er viktig å kjenne verdikjeden og ha fokus på sluttproduktet. Hvis jeg ikke får den fisken jeg trenger kan det være fordi jeg spør feil spørsmål. Det er et viktig element å få ting til å passe i begge ender.**

Polsk innkjøper

13

## Oppsummering

1. Kommunikasjonen fungerer ofte mellom eksportør og importør
2. Kommunikasjonen fungerer ikke utover eksportør-importør leddet
3. Kommunikasjon bør være en dialog
4. De bedriftene som behersker kommunikasjon ser ut til å ha bedre økonomiske resultater

14



## Videre arbeid

- Intervjue flere produsenter av «industrifisk»
  - Polen jan/feb 2016
- Intervjue flere båter
  - Små og store (fra sjark til trål)



15

