
Kvalitetskommunikasjon i verdikjedene for sjømat

Björg Helen Nøstvold

Kvalitet gjennom verdikjeden

Foredraget

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

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



FoU-samling levendelagring

16.12.2014





FoU-samling levendelagring

16.12.2014

Nofima



FoU-samling levendelagring

16.12.2014

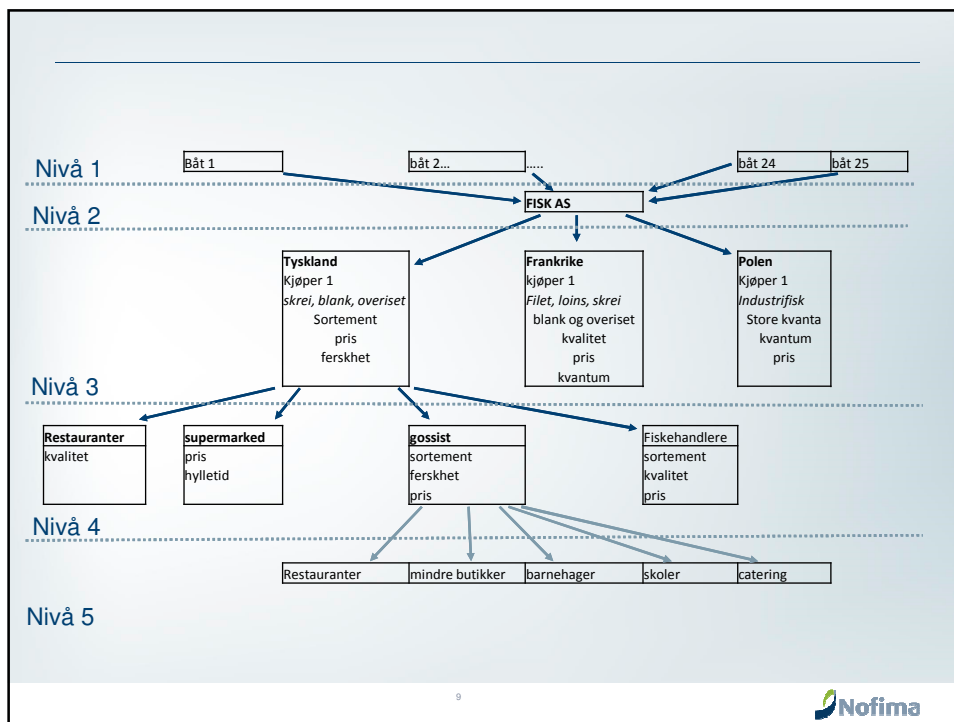
Nofima



7

Kommunikasjon av kvalitet

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



- Tyskland (13 intervjuer)
 - Harmburg Fishmarkt
 - Fiskebutikker i Hamburg
 - Delikatessekjeder
 - Supermarkedkjede
 - Trader/ Grossister
 - Restaurantkjede
 - Restauranter
 - Frankrike (11 intervjuer)
 - Fiskebutikker
 - Tradere/ grossister
 - Filetprodusenter
 - Restaurant
 - Supermarkedskjeder
 - Catering
- 10
- Nofima

Foreløpige resultater

- To grupper innkjøpere
 - Med og uten kompetanse
 - Forskjellig fokus
- Noen få får best betalt
 - Pålitelige
 - Forutsigbare
 - Bruker tid på relasjonsbygging
 - God å sortere
- Pakkenummer brukes som referansepunkt



11



Nofima



FoU-samling levendelagring

16.12.2014

Nofima

oppsummering

1. Kommunikasjonen fungerer ofte mellom eksportør og importør
2. Kommunikasjonen fungerer ikke utover eksportør-importør leddet
3. Kommunikasjon bør være en dialog

13

Videre arbeid

- Intervjue industrifisk produsenter
 - Polen okt 2015
- Intervjue båter
 - Små og store (fra sjark til trål)
 - Troms og Finnmark



14



Takk for oss

www.nofima.no

