

Grønnsaker – ut av istiden!

WE MAKE SENSE, OSLO, 1. FEBRUAR 2018



Stine Alm Hersleth
Senior prosjektleder markedsdrevet innovasjon, Nofima

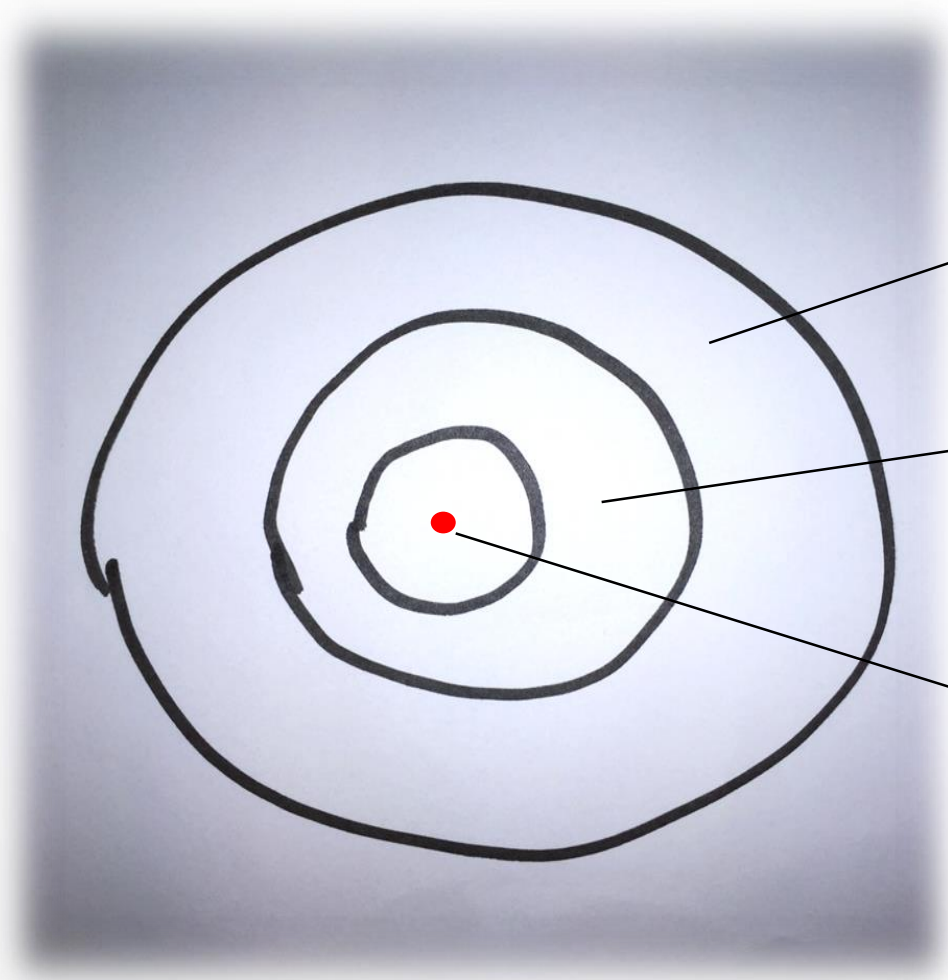


Økt sortiment, kvalitet og verdi av frysede norske grønnsaker - NORFRYG

NORFRYG skal fremheve fordelene ved frosne grønnsaker

- **NORFRYG** er et Innovasjonsprosjekt i Næringslivet finansiert av Norges Forskningsråd.
- **Findus** er prosjekteier og **Hoppestad Gård, Brødrene Freberg, Institute of Chemical Technology (ICT)** i Praha og **Nofima** på Ås er prosjektdeltagere.
- **Prosjektperioden** er 2016 til 2019.
- **Formålet** er å:
 - teste ut dyrking av nye grønnsaker og vurdere egnethet med hensyn til frysing.
 - teste ulikt utstyr for skånsom innfrysing av grønnsaker og bevaring av sunne næringsstoffer under lagring.
 - skaffe innsikt om forbrukeres valg av grønnsaker og hvordan vi kan gjøre frosne grønnsaker til et mer attraktivt valg for forbrukere.





What we know

What we know we don't know

**What we don't know
we don't know**

«The Job to be Done»

Hvilke behov hos forbrukeren skal vi forsøke å løse

«The jobs that customers are trying to get done, cannot be deciphered from purchased databases in the comfort of marketers' offices»

(Clayton Christensen, 2007)

**Samle inn kunnskap
om marked og
forbruker gjennom:**

**Etablerte
holdninger**

Eksponering

Opplevelse



Kategori

Tilberedning

Kjøpsadferd

Budskap



Foto Schrøder/ Sverresborg Trøndelag Folkemuseum, 1966



**EXTRA
LAVE PRISER**

ØKOLOGISK
AV ORGANO
ØKOLOGISK
AV ORGANO
ØKOLOGISK
AV ORGANO
ØKOLOGISK
AV ORGANO

Foto: Oslo Museum, Leif Ørnelund, 1960

Hvilke produkter finnes i kategorien



25%



75%



Hvordan skaffe innsikt om forbrukeres valg av grønnsaker

Ut i felten

- Butikkbesøk
- Observert forbrukere
- Snakket med forbrukerne

Innsikt

- Ikke status å handle fryst
- Lite impulsiv handling
- Kjekt å ha i reserve
- Generisk kategori

«Frosne grønnsaker er like sunt som ferske, er det ikke det da?»

sitat dame ca 35 år intervjuet i butikk, 2017

«Vi kjøper aldri frosne grønnsaker – unntatt i dag fordi kona har bestemt at vi skal ha fiskekaker»

sitat mann ca 60 år intervjuet i butikk, 2016

«Sånn amerikansk blanding pleide jeg å spise hos bestemor»

sitat mann ca 20 år, 2017

Hvordan skaffe innsikt om forbrukeres valg av grønnsaker

Teste selv

- Gå gjennom en kundereise selv
- Bruke frosne grønnsaker
- Være nysgjerrig

Innsikt

- Overrasket over kvalitetsforskjeller
- Lettvint å tilberede
- Stekepose tålte ikke høy varme



Hvordan skaffe innsikt om forbrukeres valg av grønnsaker

Bli med forbrukerne hjem

- Inviterte oss hjem til forbrukere.
- Intervjuet dem, og observert mens de tilberedte frosne grønnsaker

Innsikt

- Tilbereding kan være vanskelig
- Ertene triller rundt i fryseren
- De unge vet ikke hva en damprist er
- ..og hvorfor dampe grønnsakene



Hvordan skaffe innsikt om forbrukeres valg av grønnsaker

Forbruker workshop

- Invitere forbrukere til å gjøre oppgaver som vi ønsker å lære av.
- Se hva de gjør – ikke hva de sier at de gjør.

Innsikt

- Frosne grønnsaker er billig og bra
- Erter er erter, eller....
- Gøy med smakstilsetninger



Veien videre



De norske grønnsakene
finner du nå i frysedisken



Takk for oppmerksomheten!

Takk for støtten til prosjektet fra:





Stine Alm Hersleth

Senior prosjektleder

✉ Stine.alm.hersleth@nofima.no

🌐 www.nofima.no