



Mantap
GLOBAL AB



2019

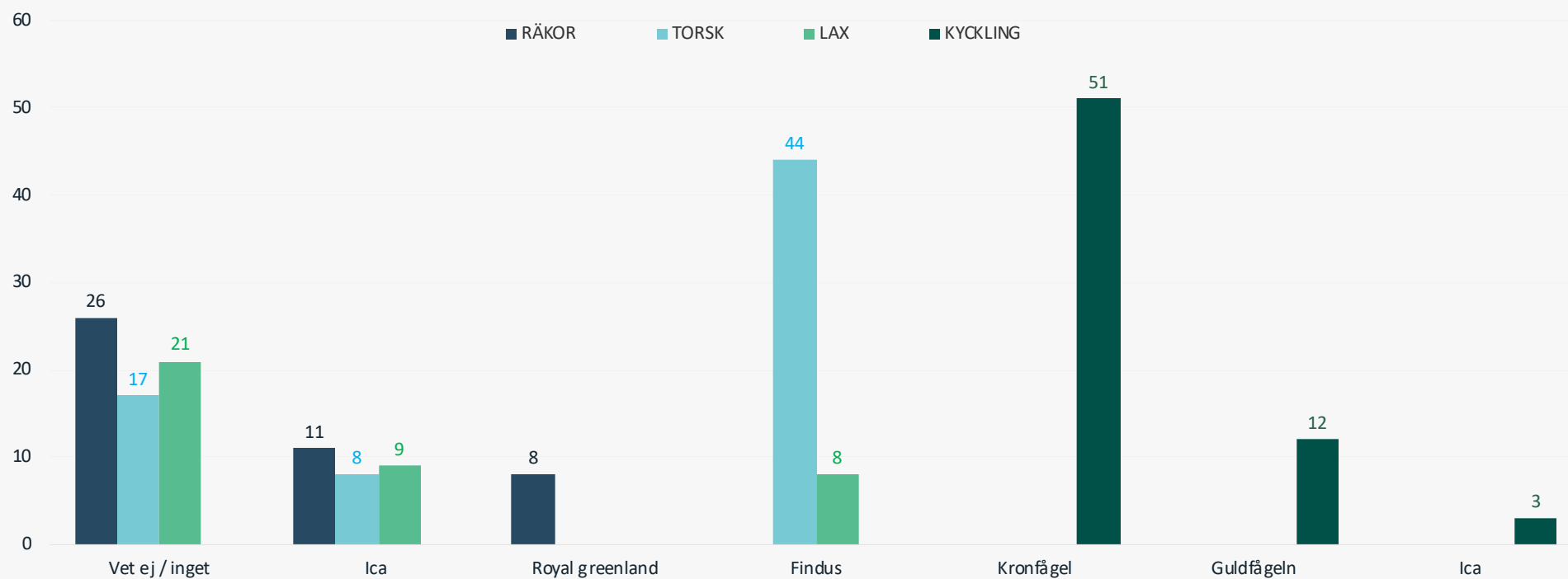
Varumärkeskännedom & preferenser

- Räkor, lax och torsk - redovisar topp 3
- Jämförelse med andra produkter, t.ex. kyckling
- Kvantitativ datainsamling via webbintervjuer. I varje enskild undersökning så har fler än 1000 intervjuer genomförts

RESULTAT

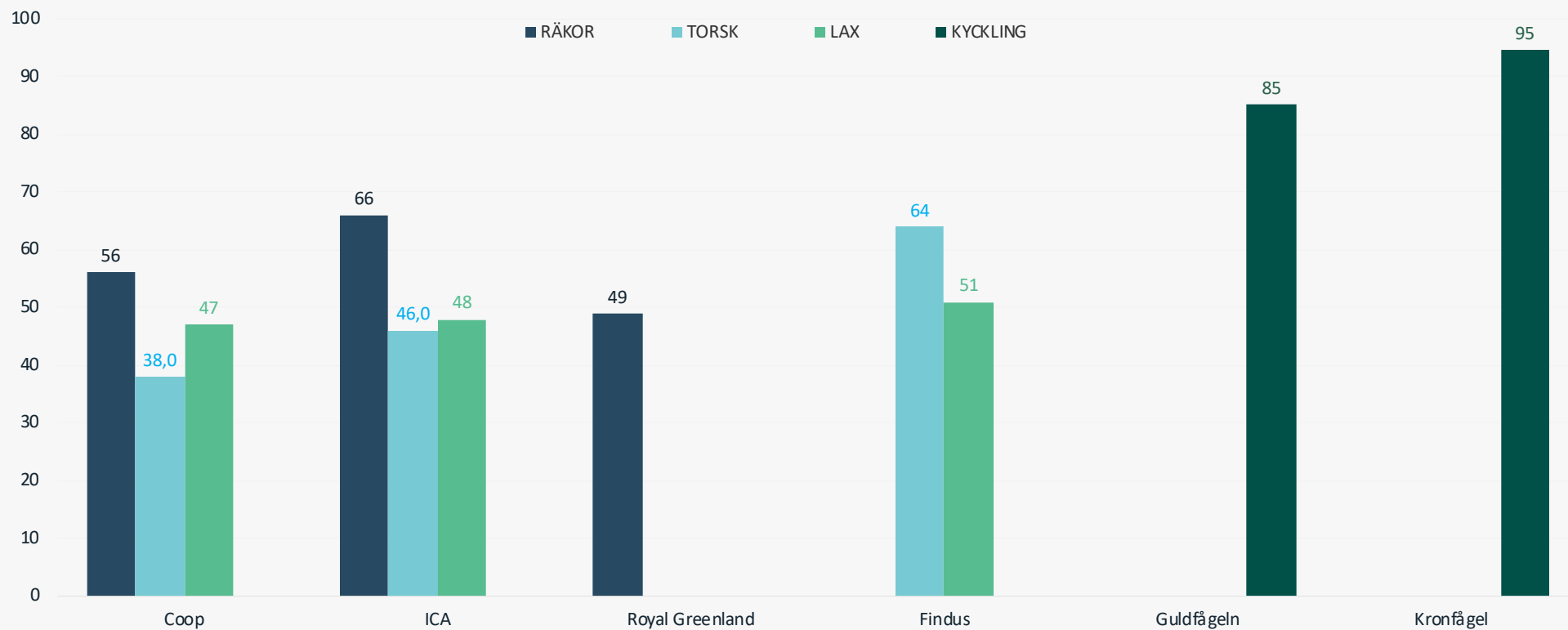


Fråga: Öppen / spontan varumärkeskänning

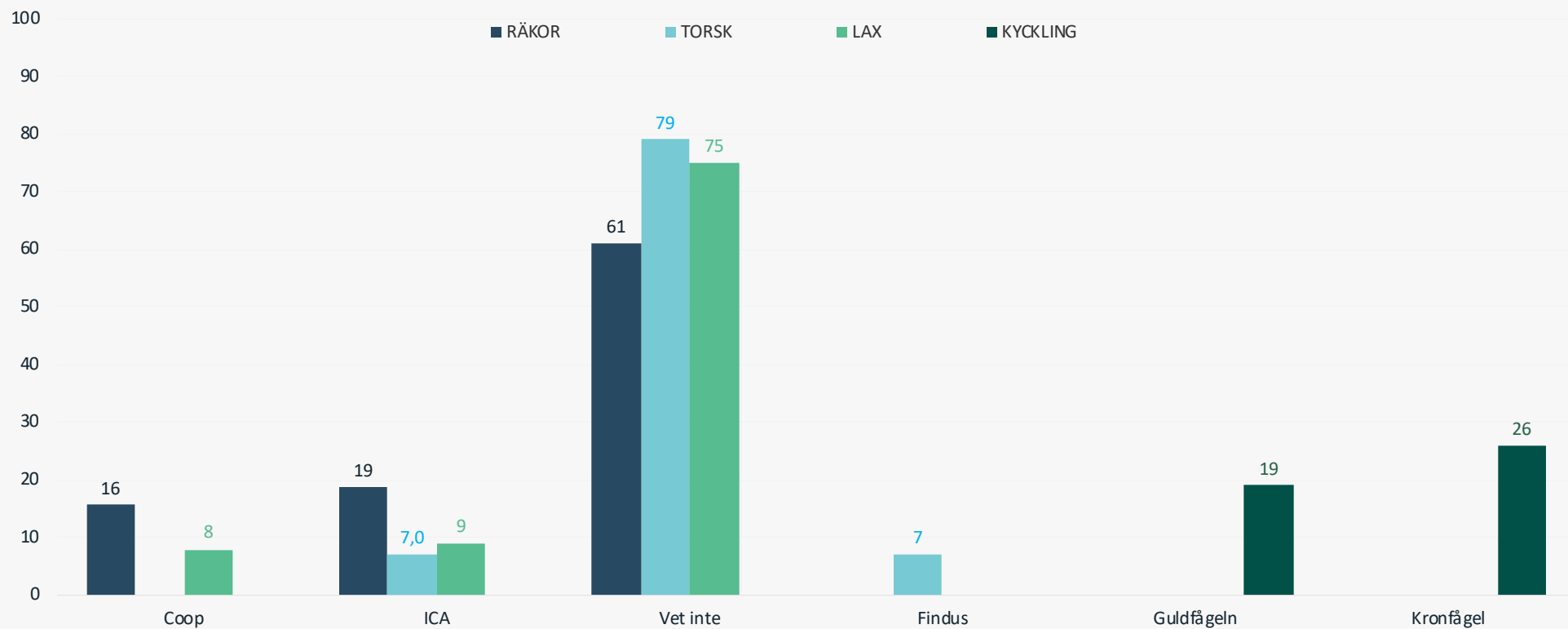


Fråga: Hjälpt varumärkeskännedom

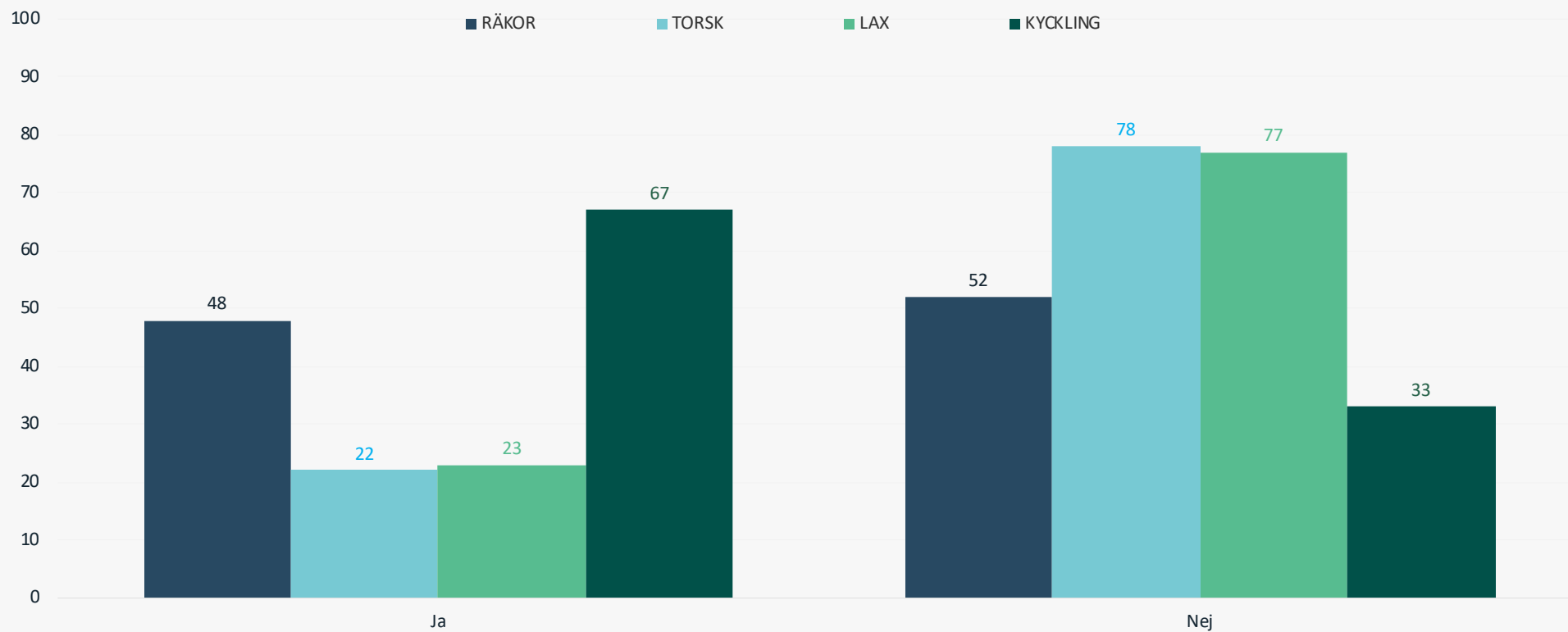
5



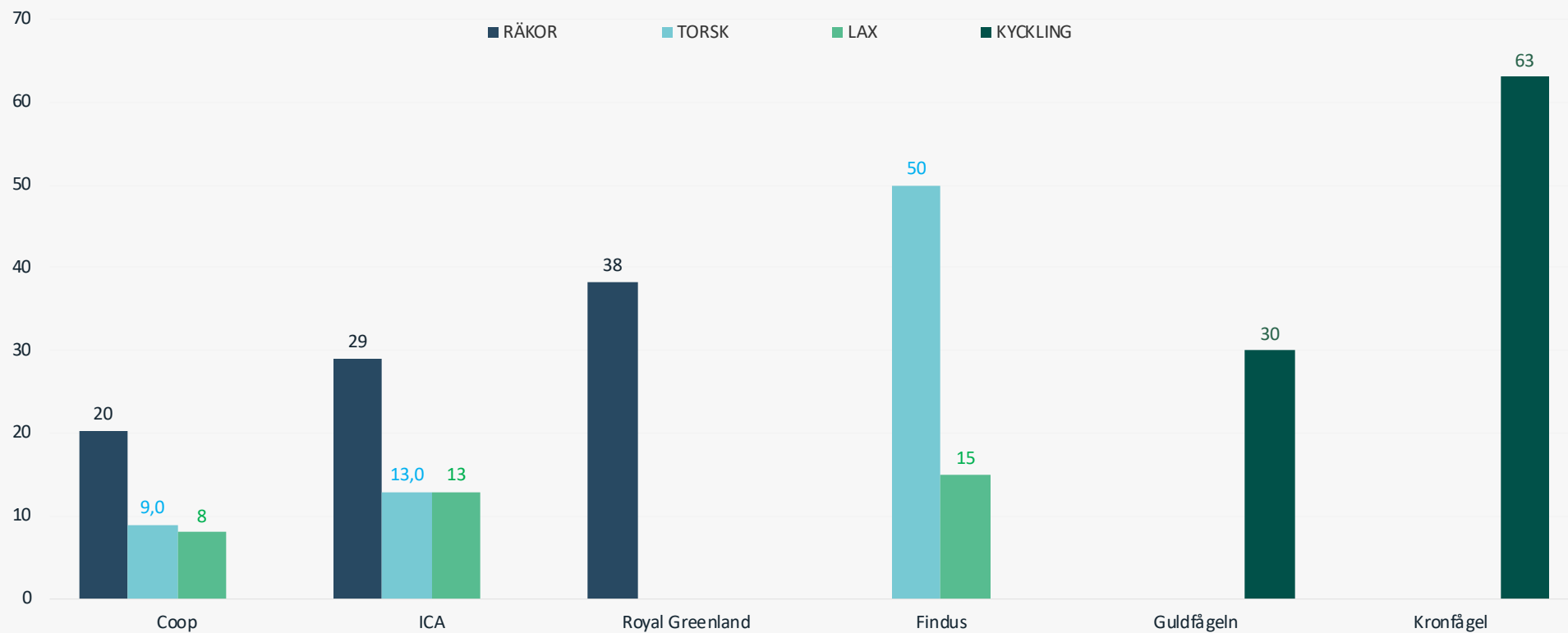
Fråga: Reklamerinran



Fråga: Finns det ett varumärke av ... som du föredrar i dagsläget?



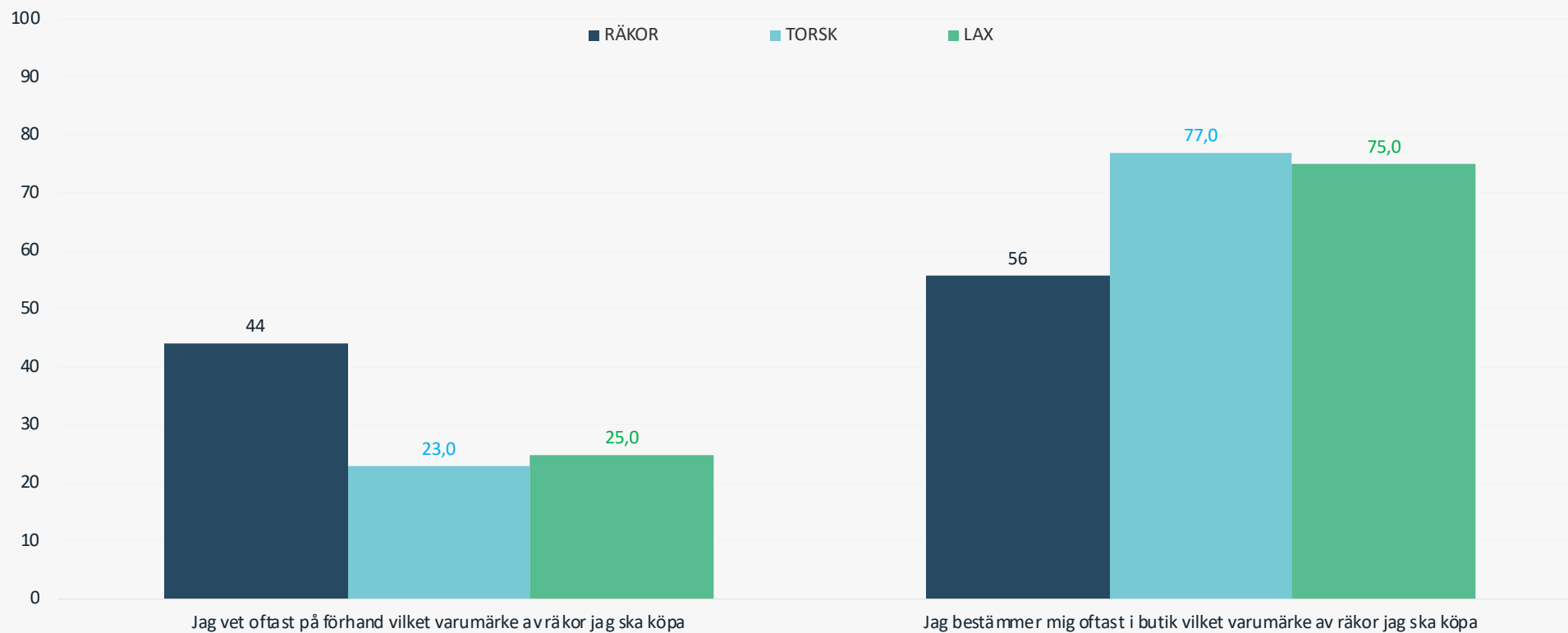
Fråga: Vilket varumärke föredrar du?



VARUMÄRKESANALYS RESULTAT

9

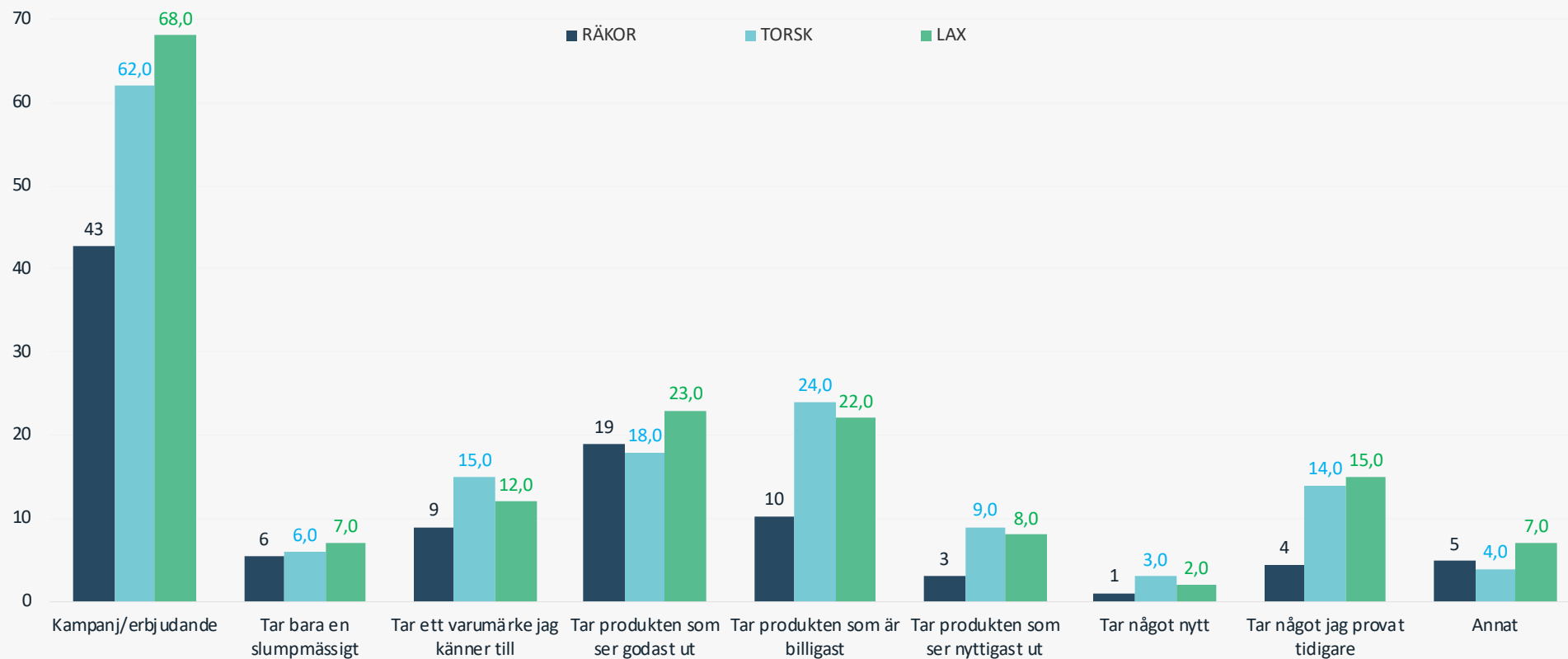
Fråga: Vet du på förhand vilket varumärke av ... du ska köpa eller bestämmer du dig i butik?



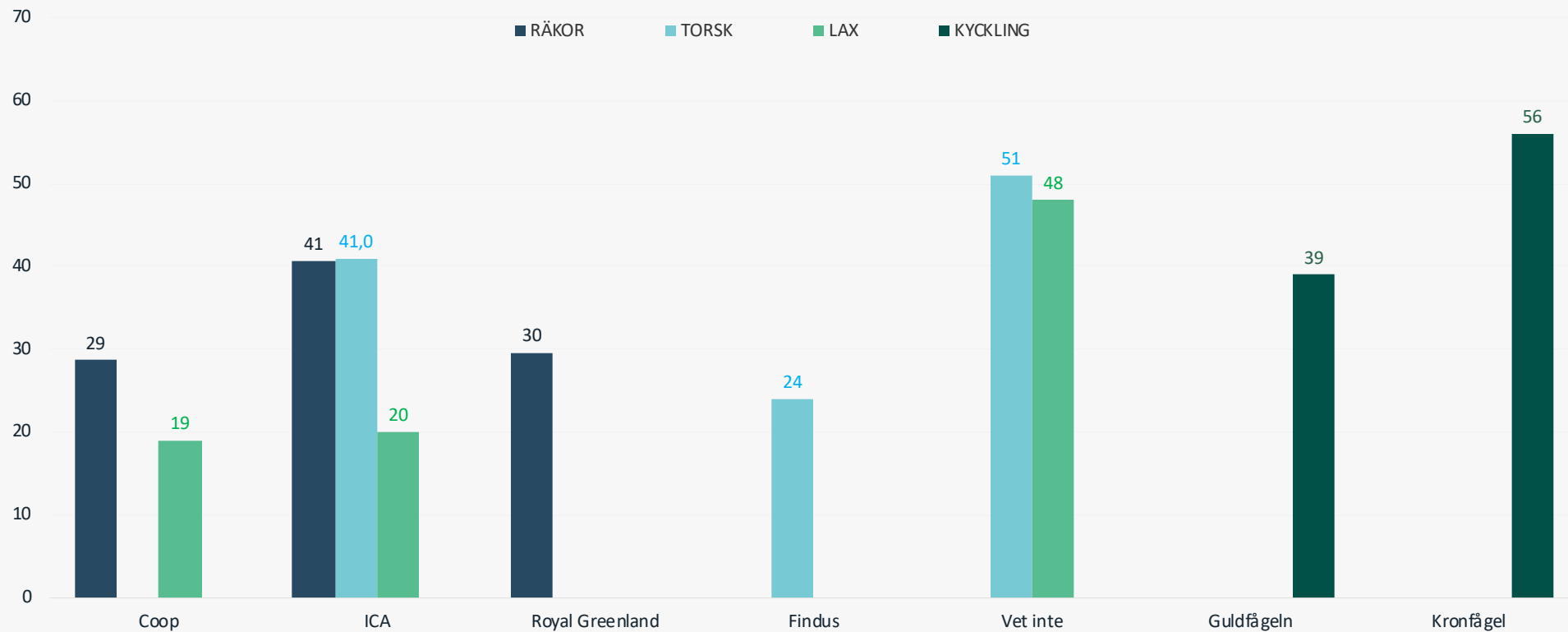
VARUMÄRKESANALYS RESULTAT

10

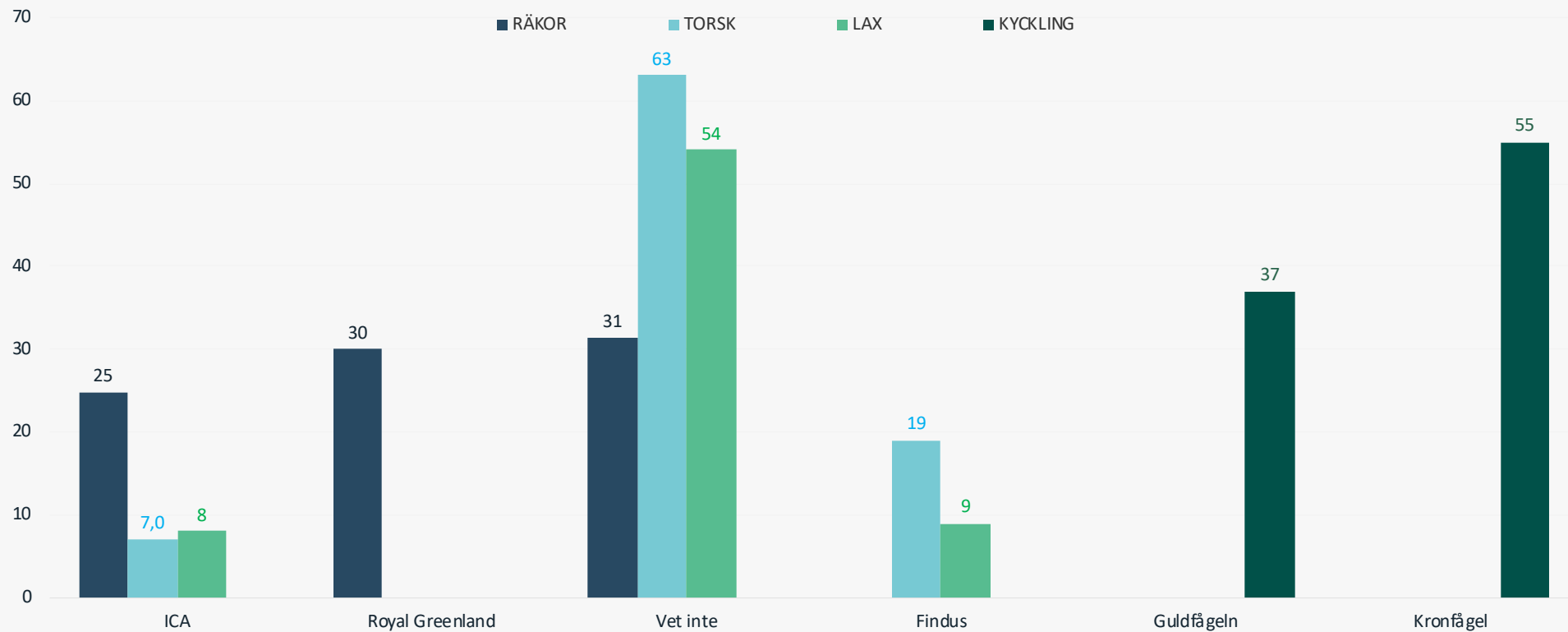
Fråga: Vad är avgörande för vilket varumärke du köper när du bestämmer dig i butik?



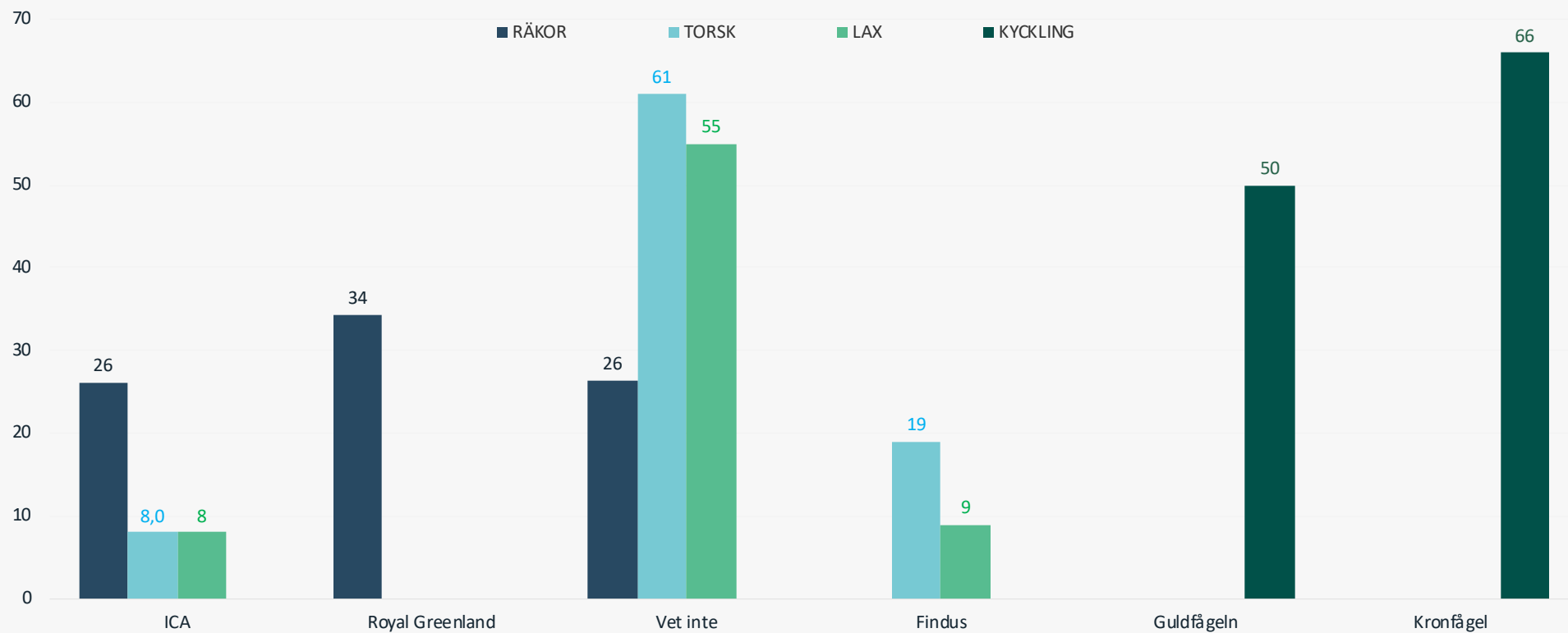
Fråga: Vilket varumärke som uppfattas som prisvärda



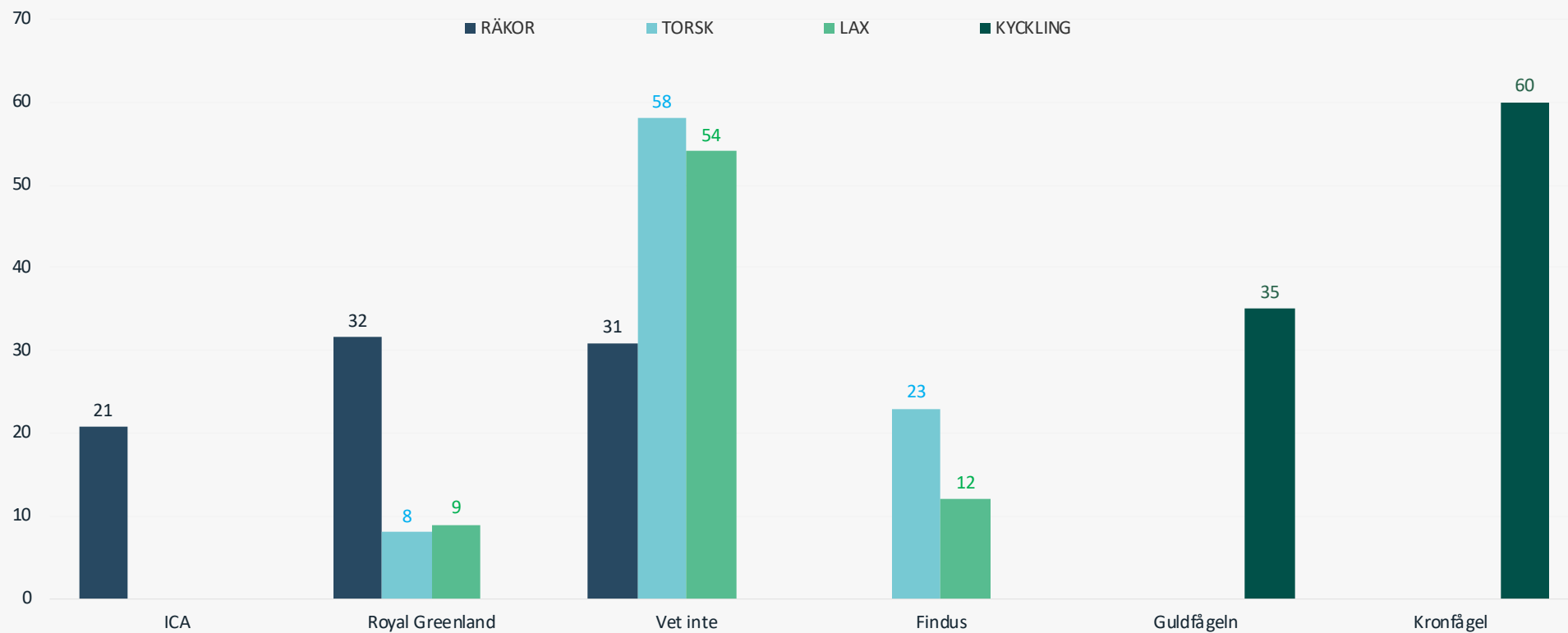
Fråga: Vilket varumärke som uppfattas ha bäst smak



Fråga: Vilket varumärke som uppfattas hålla hög kvalitet



Fråga: Vilket varumärke som uppfattas ha det starkaste varumärket



SLUTSATSER

VARUMÄRKESANALYS

- Öppen / spontan varumärkeskännedom.
På fiskesidan så sticker Findus ut inom området torsk, där Findus har en kännedom på 44 %.
I jämförelse med kyckling så är det dock en bit kvar – ett tecken på att det finns mer att göra gällande att bygga välkända varumärken inom fisk.
Kronfågel har en spontan kännedom på 51 %. Så 7 procentenheter högre än vad som är bäst i klassen för fisk som helhet.
Vi ser annars många som inte vet då det gäller fisk – det existerar inte i samma utsträckning gällande kyckling.
- Hjälpt varumärkeskännedom.
Ännu tydligare skillnader mellan fisk och kyckling.
Tittar vi på kyckling så ser vi två väldigt starka aktörer – Guldfågeln med en kännedom på 85 % och Kronfågel med en kännedom på 95 %.
Att jämföra med fisk och skaldjur, där vi återfinner de mest kända varumärkena inom Räkor – vilket är ICA på 66 %. Och inom Torsk – vilket är Findus på 64 %.
Det är hela 30 procentenheter upp till det kändaste inom kyckling.
Vilken potential!
- Reklamerinran heter måttet.
Vilka har man sett reklam från.
Tydligt inom fisk och skaldjur att man inte minns eller inte sett från något varumärke.
Inom kyckling så återfinner vi Kronfågel och Guldfågeln på en något högre nivå.
Inom fisk så är ICA bäst i klassen – här kan det dock vara svårt för konsumenterna att särskilja ICA:s butiker från enbart fisk från ICA.
- Ett varumärke som konsumenterna föredrar i dagsläget. Här ser vi återigen stora skillnader mellan fisk och kyckling.
Klart fler som har ett varumärke man föredrar inom kyckling – 67%.
Räkor är bäst i klassen då det gäller fisk och skaldjur – 48 % har ett varumärke de föredrar inom räkor.
Torsk och lax ligger på blygsamma 22 % och 23 %.
Frågan hänger självklart samman med varumärkeskännedom.

SLUTSATSER

VARUMÄRKESANALYS

- Av de som har ett varumärke som de föredrar, vilket varumärke de föredrar.
Återigen stora skillnader mellan kyckling och fisk och skaldjur. Det skiljer 13 procentenheter mellan Kronfågel som är bäst i klassen inom kyckling och Findus som är bäst i klassen inom fisk. Gällande fisk så är det framförallt torsk som sticker ut, där konsumenterna i större utsträckning har ett varumärke de föredrar i dagsläget. Då inget varumärke är super-starkt inom övriga segment, så finns det marknadsandelar att vinna.
 - Räkor så vet man i större utsträckning vilket varumärke man kommer att välja.
Medans torsk och lax så bestämmer sig konsumenterna i större utsträckning i butik för vilket varumärke de kommer att välja.
 - Av de som bestämmer sig i butik för vilket varumärke av fisk de ska välja – vad är då avgörande.
Förhållandevis få som svarat att de tar ett varumärke de känner igen, vilket har att göra med den förhållandevis låga varumärkeskännedomen.
 - Tittar vi specifikt på påståendet att ta varumärke man känner till så sticker torsk ut, där flest angivit det påståendet. Då minns vi också att det är inom torsk som kännedomen för varumärken är som störst. Det finns ett samband.
 - Preferensfrågor. Vilka varumärken som konsumenterna förknippar med prisvärdhet, bäst smak, högst kvalité och det starkaste varumärket.
Återkommande för räkor, torsk och lax är att flest konsumenter svarat att de inte vet.
Jämför vi med kyckling så ser vi fler svar för de olika varumärkena – återigen de varumärkena med hög kännedom, Kronfågel och Guldfågeln.
- Den klart tydligaste slutsatsen från denna jämförelse är att varumärkeskännedomen för ett varumärke påverkar konsumenternas val.
Det finns en enorm potential inom fiskindustrin.

VARUMÄRKESANALYS

PRODUKTUTBUD

Mantap Global är ett fullserviceföretag i undersökningsbranschen. Vi äger och rekryterar nya undersökningspaneler.

Vi erbjuder:

- ANALYS AV SOCIALA MEDIER
- BESÖKARUNDERSÖKNINGAR
- DESIGN- & PRODUKTUNDERSÖKNINGAR
- KAMPANJMÄTNINGAR
- KUNDUNDERSÖKNINGAR
- MARKNADSANALYSER & MARKNADSUNDERSÖKNINGAR
- MEDARBETARUNDERSÖKNINGAR
- VARUMÄRKESANALYSER & VARUMÄRKESUNDERSÖKNINGAR

VARUMÄRKESANALYS RESPONDENTER

Vi når 40 miljoner människor i 80 länder. Över 644 000 panellister i Sverige.

Albania	Colombia	Guatemala	Mexico	Puerto Rico	Thailand
Algeria	Costa Rica	Hong Kong	Moldova	Romania	Tunisia
Argentina	Croatia	Hungary	Morocco	Russia	Turkey
Australia	Czech	Iceland	Myanmar	Saudi Arabia	UK
Austria	Denmark	India	Netherlands	Serbia	Ukraine
Bangladesh	Dominican Republic	Indonesia	New Zealand	Singapore	United Arab Emirates
Belarus	Ecuador	Ireland	Nigeria	Slovakia	Uruguay
Belgium	Egypt	Israel	Norway	Slovenia	USA
Bolivia	El Salvador	Italy	Pakistan	South Africa	Venezuela
Bosnia and Herzegovina	Estonia	Japan	Panama	South Korea	Vietnam
Brazil	Finland	Kazakhstan	Paraguay	Spain	Zambia
Bulgaria	France	Kenya	Peru	Sri Lanka	
Canada	Germany	Latvia	Philippines	Sweden	
Chile	Ghana	Lithuania	Poland	Switzerland	
China	Greece	Malaysia	Portugal	Taiwan	

Panelen i Sverige:

Totalt 644 443 stycken

Män = 49.59%

Kvinnor = 50.41%

14 - 22 år = 16.15%

23 - 35 år = 29.60%

36 - 55 år = 33.88%

56 - 80 år = 20.37%

Mantap Global AB



Jonn Ohlin

Grundare

Telefon: +46 (0)70 - 300 53 15

jonn.ohlin@mantapglobal.com

Mantap Global AB
Hamngatan 2
SE-602 24 Norrköping
SWEDEN

Tel: +46 70-300 53 15
www.mantapglobal.com
info@mantapglobal.com

F-skattesedel innehavs
VAT.nr SE556819102601
Org.nr 556819-1026