

Hur kan ni hålla **gnistan** vid liv?



10 September 2025

Anna Ekström | VD NielsenIQ Norden

Dagens konsumenter har fler möjligheter än någonsin förr

Drivet av snabb teknisk utveckling och en omvärld i förändring och osäkerhet



Spelets regler har ändrats snabbt

83% av alla konsumenter i Europa beställer från en **pure play** eller **online retailer** för hemleverans



53% köper **direkt via sociala medier** eller från live stream plattformar. **68%** av dessa köp är impuls köp



90% av de sökningar som görs för snabbbrörliga konsumentvaror på amazon görs **INTE** på varumärken utan andra attribut





Från Mad Men



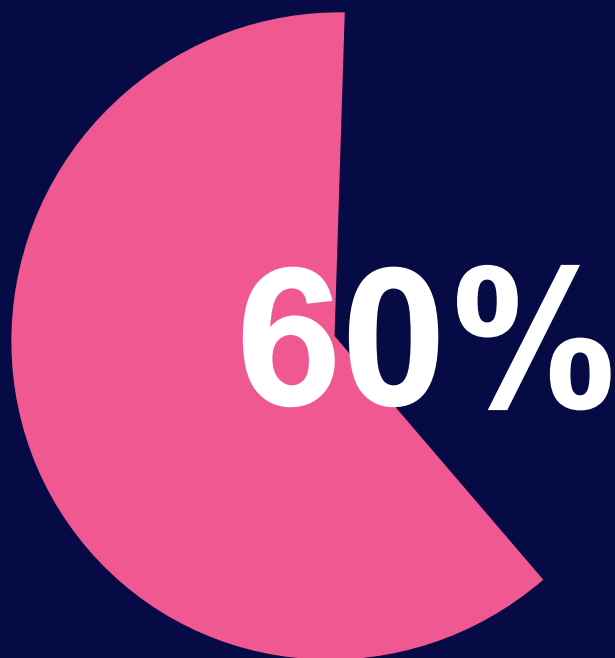
Till Mad Tech

*I genomsnitt
möter
konsumenten
ett varumärke i
över 20 olika
kanaler*



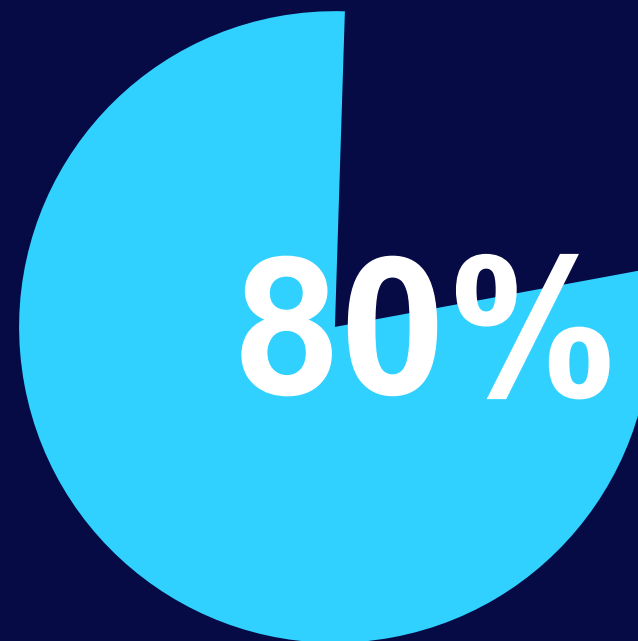
Utmaningen för dagens varumärken när vanor bryts

Fler varumärken tappar
konsumenter än vinner nya



av alla varumärken ökar
inte sin penetration

Ökad penetration är essentiellt
för att driva tillväxt



av varumärken såg en nedgång
i volym och penetration

Vi älskar våra konsumenter...men är kärleken besvarad?

52%

Av konsumenterna
kommer inte att
köpa samma
varumärke nästa år

40%

Av försäljningen
kommer från
medium/light
buyers**



Så hur kan ni
behålla **gnistan** vid
liv





För att hålla gnistan vid liv behöver ni

Ta in det
nya

Återknyt kontakten med
kunderna

Utför
smart

Vinn vid köpögonblicket

Var
konsekvent

Utnyttja förpackningen på
bästa sätt

Ta in det nya

Återknyt kontakten med
kunderna

Varför spelar *innovation* roll?

Renovera existerande portfölj

Storlek, nya recept, nya smaker / dofter

Innovera

Nyheter, line extensions eller brand stretch

Nya format

Förpackning, nya tillfällen, design

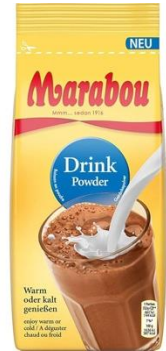
För leverantörer som drev innovationer förra året ökade sannolikheten för tillväxt med

2.0x

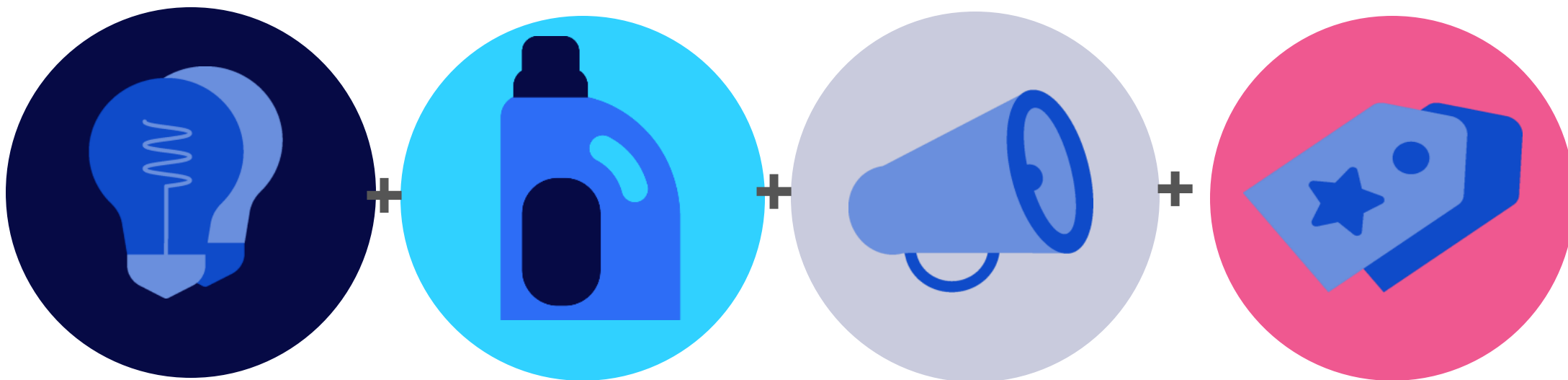
Att jämföra med varumärken som inte hade några eller väldigt få nyheter

INGA nyheter kan snabbt bli DÅLIGA nyheter

Tillåt konsumenten att välja ditt varumärke så ofta som möjligt



Formeln för att lyckas med innovationer är enkel



En grym idé

Adressera ett
nytt behov

En bra produkt

Säkra upplevelse
mot förväntan

Aktivera smart

Skräddarsy
aktiveringen

Utför med stil

Stå ut och sätt rätt
pris och sortiment

Utför smart



Vinn vid köpögonblicket

Välj rätt strategi för att driva lojalitet och fånga konsumenternas uppmärksamhet

Portfölj- prissättning

Prissätt produkterna efter
konsumenternas
betalningsvilja

Portfölj- arkitektur

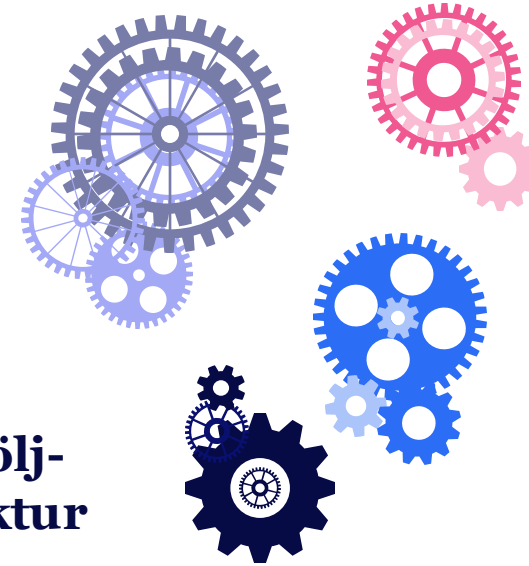
Rätt pris, rätt produkt och rätt kanal.
Det finns en portfölj för alla
strategier

Rätt Aktivering

Ha koll på vilken aktivering som
driver vad och sätt strategier
baserat på det

Sortiments- optimering

Vilket sortiment driver lönsamhet
bäst både för kategorin och
portföljen





Kavli Cheddar Dip Utförande är A och O



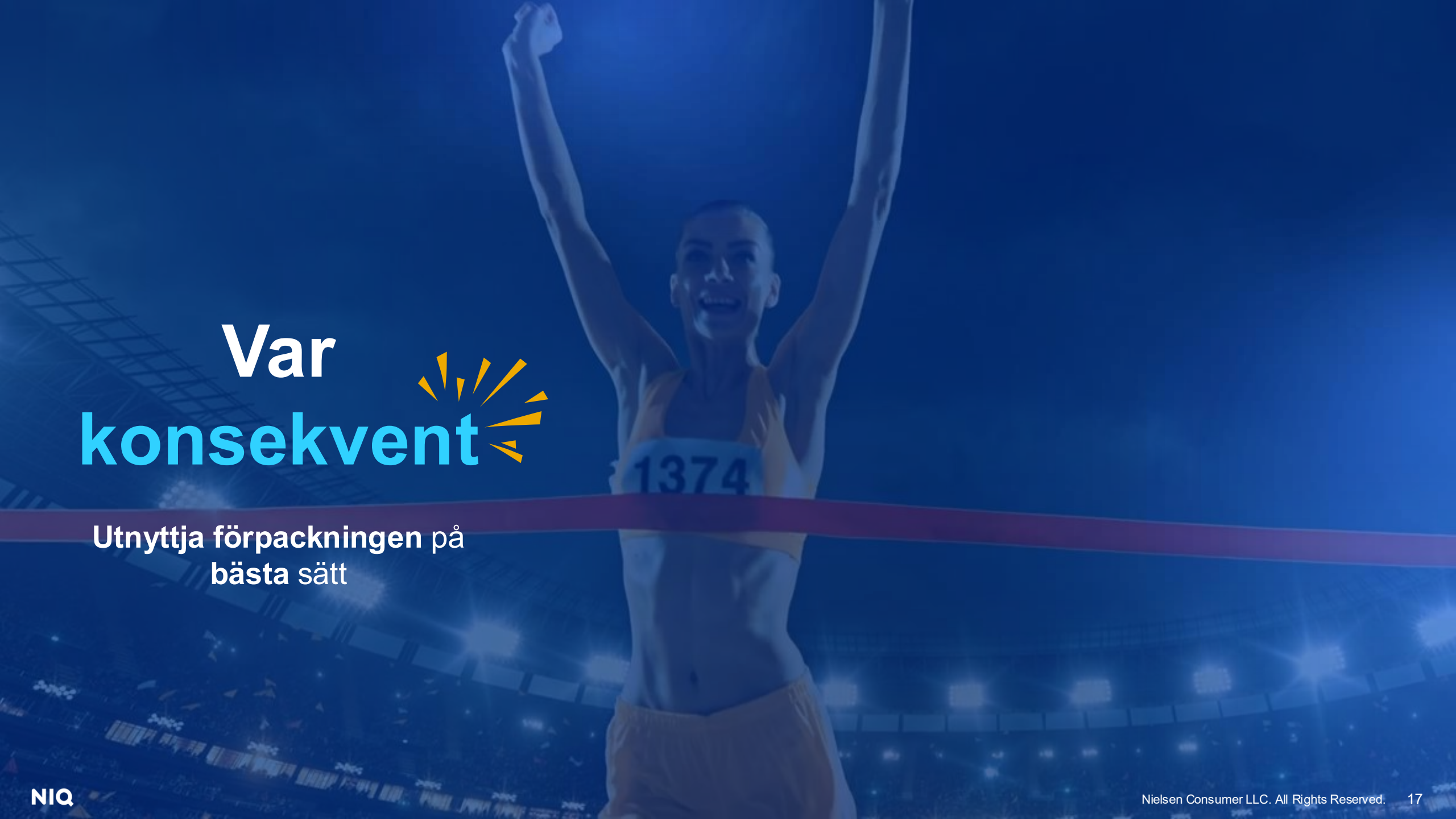
Utförande

- Byggde snabbt distribution i butik. Från 0% till över 70% på mindre än 3 veckor
- Kupong för att driva prövoköp gav rekordhögst kampanjinlösen i samband med lanseringen men även väldigt stabila siffror under våren och sommaren. Detta utan att sänka priset och marginalerna för butiken

Resultat

- Lanseringen drev upp värdet i kategorin, snittpris 34kr att jämföra med 19kr för andra produkter i kategorin.
- Breddade varumärket till fler konsumtionstillfällen. 100.000 burkar/månad lämnar kassan i butiker där produkterna finns

Var konsekvent



Utnyttja förpackningen på
bästa sätt

Förpackningen kan hjälpa till att driva lojalitet och tillväxt



100%

av potentiella köpare ser
förpackningen. Det är den
enda
kommunikationskanal
som når så brett

41%

Av konsumenterna ör
villiga att köpa
produkten igen bara
på grund av att de
föredrar designen

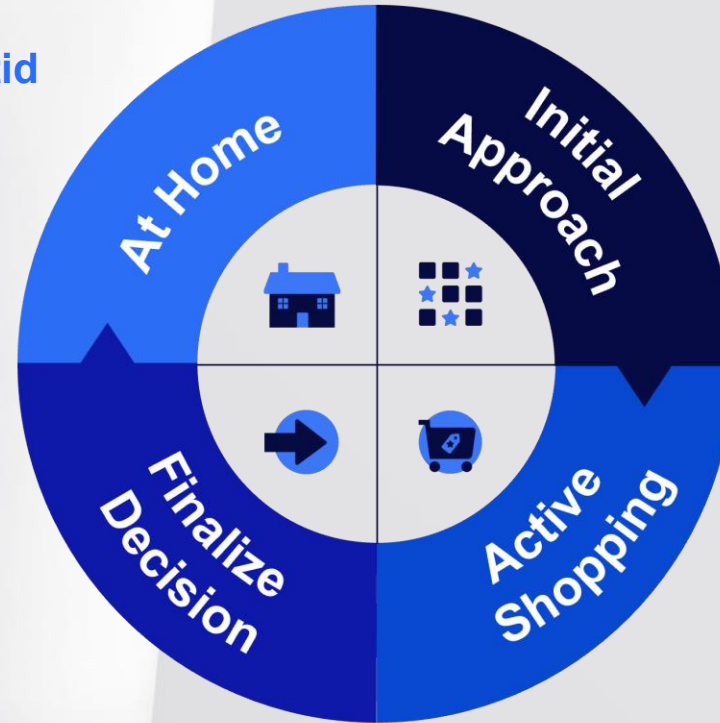
65%

Av konsumenterna
säger att de valt en
produkt bara på
grund av designen

*Förpackningen
har många
olika roller.
Använd det
smart*

Driva Brand
Equity över tid

Ge trygghet
och driva
konvertering



Synas, driva
engagemang
och bygga
relation

Förmedla
budskap och
tydligt
differentiera sig

Vilken väg kommer
ni att välja för att
hålla **gnistan** vid liv?



**Ta in det
nya**

Återknytta kontakten med
kunderna

**Utföra
smart**

Vinna vid köpögonblicket

**Vara
konsekventa**

Utnyttja förpackningen på
bästa sätt

Tack

anna.ekstrom@nielseniq.com