



HARIBO

PORTEFØLJESTUDIE HARIBO

IDENTIFICERING AF VÆKST- MULIGHEDER

Det danske konfekturmarked er meget mættet og er defineret af mange mærker med forskellige produktoptioner. Som en ledende spiller på markedet, ønsker HARIBO kontinuerligt at dykke ned i, og forstå, disse markedsdynamikker. Ambitionen med dette studie var at få en dybere forståelse af, hvad der adskiller konkurrerende produkter og mærker i kategorien, samt input til hvordan HARIBO bør prioritere indenfor produktporteføljen for at hjælpe både HARIBO og detailkunder med at optimere salg.

Ipsos' porteføljeundersøgelse har givet ny og dybere indsigt i konfekturmarkedets dynamikker på et detaljeret produktniveau. Ved at integrere HARIBOs eksisterende forbruger-kategori framework, har dette nye studie identificeret måder at styrke navigationen i forbruger-kategorierne, såvel som givet specifikke anbefalinger til, hvordan HARIBO bør prioritere i kategorien sortimentet så det passer til forbrugernes og købernes behov.

“Denne undersøgelse er lige så kompleks som vores portefølje. Det kræver ekstraordinære færdigheder at oversætte og kommunikere resultatet til strategisk indsigt, som vi kan integrere i vores arbejdsproces. Ipsos har bevist denne evne.”

- Nordic Marketing Director, HARIBO Lakrids A/S

Udfordringen

I et modent marked fokuserer HARIBO på nye måder, hvor de kan optimere deres forretning for dem selv såvel som for deres detailkunder. Porteføljestudiet skal derfor svare på:

1. Hvordan opfatter forbrugerne det brede udvalg af individuelle konfekturprodukter?
2. Hvordan klarer HARIBO-produkter sig fra de største konkurrenter, og hvordan adskiller de sig?
3. Vækstmuligheder; baseret på kategoridrivere og -barrierer, hvordan skal eksisterende og nye produkter prioriteres i HARIBOs portefølje?

Proces & Output

Udvikle et **Portfolio Road Map** og en **Foreløbig Masterplan**, ved at:

- Integrere følelsesmæssige drivere i HARIBOs eksisterende forbruger-kategorier framework i et...
- studie der kortlægger porteføljen med hjælp fra Ipsos' unikke Market Structure Metode, der er udviklet til at afdække komplekse markeds- og produktlandskaber, i kombination med en...
- Total Unduplicated Reach and Frequency (TURF) Analyse, der grupperer 100 forskellige produkter (egne og konkurrerende), for at forstå hvordan produkter komplimenterer eller overskygger hinanden.

Det lokale Ipsos-team har været i tæt samarbejde med Ipsos' globale porteføljeanalyse-team, der specialiserer sig i meget komplekse analyser som denne.

Studiet omfattede en 15-20 minutter online kvantitativ undersøgelse (device agnostisk) med mere end 1.300+ respondenter på tværs af forskellige målgrupper. Respondenterne blev bedt om at gennemgå 12 runder med sammenligningsøvelser, der tilsammen gav en enorm mængde af data, som Ipsos teamet oversatte til værdifulde indsigter.

Resultaterne

“Mængden af detaljer er imponerende - vi har fået en kombination af overordnede strategiske indsigter samt meget specifikke produkt/domænerelaterede anbefalinger”

- Nordic Marketing Director, HARIBO Lakrids A/S

Mere specifikt har projektet ført til:

- En kortlægning af HARIBO-produkter versus konkurrerende produkter.
- Identificering af flere huller i markedet samt muligheder for vækst.
- Dybere indsigter i produktporteføljen, indikationer om hvordan forbrugere navigerer, samt hvilke produkter, der konkurrerer HARIBOs specifikke produkter.

“Ipsos-teamet er meget professionelt og indsigtfuldt. De balancerer deres metodiske ekspertise med en ærlig respekt for vores interne teams' allerede bredde viden og indsigter i vores egne produkter og kategori. Og Ipsos har været i stand til at levere værdi fra porteføljestudiet til alle niveauer i vores organisation.”

“Ipsos' internationale ekspertise og globale tilstedeværelse er en stor fordel for os. Vi kan let tage den metodologiske opsætning af porteføljestudiet til f.eks. vores andre nordiske markeder og vide, at Ipsos leverer hele vejen.”

- Nordic Marketing Director, HARIBO Lakrids A/S

Vil du vide mere?

Ipsos har eksperter der specialiserer sig indenfor meget komplekse dataanalyser. Ønsker du at vide mere omkring dette eller porteføljeanalyse generelt, er du velkommen til at kontakte vores eksperter:

Jens Dupont, Director, +45 2855 8612, Jens.Dupont@ipsos.com

Dorthe Ibinger, Head of Market Strategy Innovation, +45 2293 0788, Dorthe.Ibinger@ipsos.com