

## Seminarium "Att kommunicera smak"

På dagens livsmedelsmarknad där pris ofta styr kundens köpbeteende behöver nya vägar utforskas för att locka konsumenten till köp. Företag som identifierar och kommunicerar sina produkters mervärde kommer att vara mer konkurrenskraftiga på marknaden. Forskning visar på att livsmedel där smaken beskrivs i marknadsföringen, på förpackning etc påverkar konsumentens produktval. Vidare kan sinnena användas för att kommunicera våra produkter på olika sätt. Det vill vi ta fasta på och inbjuder dig att ta del av spännande kunskap med ledande föreläsare inom området. Lär dig tala smak helt enkelt!



### Syfte

Att få kunskap om hur:

- Mervärden för livsmedel kan användas för att skapa attraktiva livsmedelsprodukter
- Sensoriska egenskaper (smak, doft, utseende och konsistens) hos livsmedel kan kommuniceras
- Sinnena kan användas i marknadskommunikation.

### Målgrupp

Vi vänder oss till dig som arbetar inom livsmedelsindustrin med marknadsföring eller produktutveckling eller intresserar dig för de här frågorna i allmänhet.

### Innehåll

Sensorisk forskning varvat med fallstudier från olika livsmedelsföretag vässar dina kunskaper och förmåga att tala smak och använda sinnena som verktyg i din marknadsföring. Gruppövningar där man praktiskt får applicera sina nya kunskaper i sinnesmarknadsföring kommer att hållas under dagen.

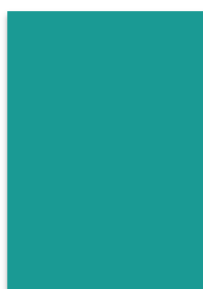
Kostnad: 1250 kr för medlemmar i Nordic Taste & Flavour Centre, 2500 kr för icke medlemmar. Sista anmälningsdag är 11 maj. Anmäl dig på [www.sp.se/conffood](http://www.sp.se/conffood)

Detta projekt medfinansieras av

## Seminarium – Att kommunicera smak

21 maj 2015

- 09.30-10.00 Kaffe & smörgås
- 10.00-10.10 Välkomna!  
*Maksim Pettersson Löfgren,  
Projektledare Nordic Taste & Flavour Centre*
- 10.10-11.10 Vilka mervärden gör maten mer värd för konsumenten?  
*Lennart Bjurström,  
Seniorkonsult, Macklean Strategiutveckling*
- 11.10-12.10 Kan det sensoriska språket påverka konsumenternas attityd och preferenser?  
*Åsa Öström, professor  
Restaurang- och hotellhögskolan i Grythyttan*
- 12.10-13.00 Lunch
- 13.00-14.00 Sensorisk marknadsföring hos ICA  
*Johan Swahn, Sensory marketing specialist ICA*
- 14.00-15.00 Att använda sinnen i upplevelsedesign – kommunicera på ett djupare plan  
*Björn Ylipää, kreativ ledare Måltidsvision*
- 15.00-16.00 Gruppövningar: Praktiska applikationer av sinnesmarknadsföring  
*Björn Ylipää. Fika i samband med övningarna.*
- 16.00-16.30 Frågor, diskussion och avslutning på seminariet



## Våra föreläsare

### Lennart Bjurström – Seniorskonsult, Macklean Strategiutveckling

I över 20 år har Lennart arbetat med att hjälpa företag och organisationer med strategier och förändringsarbete för att förbättra sin hållbarhetsprestanda. Genom åren har han arbetat som utbildare, revisor, VD, managementkonsult, ledarskapsutvecklare och executive coach. Macklean är Sveriges första, och i nuläget enda, strategi- och affärsutvecklingsbolag med fullt fokus på företag, organisationer och offentliga aktörer inom livsmedels- och bioenergibranscherna.



### Johan Swahn – Sensory Marketing Specialist, ICA

Johan Swahn arbetar med sensorisk marknadskommunikation på ICA och har en filosofie doktor i sensorik samt är kock i grunden. Hans forskning fokuserar på hur våra sinnen fungerar, hur vi beskriver olika sensoriska stimuli och hur dessa faktorer möts i området sinnesmarknadsföring. Hans specifika intressen ligger i hur konsumenter uppfattar olika livsmedel, hur konsumenter beter sig som svar på olika stimuli, och hur marknadsförare kan uppmärksamma de sensoriska aspekter av en produkt och därmed göra produkten mer attraktiv ur ett marknadsföringsperspektiv.



## Åsa Öström – professor, Restaurang- och hotellhögskolan i Grythyttan

Åsa Öström är professor i Måltidskunskap vid Restaurang- och hotellhögskolan i Grythyttan och är i sin forskning intresserad av att utveckla sensoriska metoder för bedömning av enskilda livsmedel samt kombinationer av mat och dryck. Hennes forskning fokuserar på områden som hur man kan arbeta med sinnesupplevelser i de offentliga måltiderna samt hur konsumenters attityder till livsmedel kan påverkas via kommunikation av sensoriska kvalitéer. Åsa har mångårig erfarenhet av att arbeta med sensorisk analys inom livsmedelsindustrin.



## Björn Ylipää – kreativ ledare Måltidsvision, adjunkt vid Högskolan i Kristianstad

Björn är den fd skogsarbetaren, bluesångaren och pizzabagaren som lämnade Pajala för nya utmaningar söder över. Studierna vid restauranghögskolan i Grythyttan blev något av en kulturchock, men gav också gnistan till Måltidsvision. Måltidsvisions affärsidé är att använda mat och dryck för att kommunicera budskap och skapa engagemang – ”storytelling by food”. Björn är Måltidsvisions kreativa ledare som gärna hämtar inspiration från den nordiska naturen. Han är specialist på storytelling, upplevelser och drycker. Han är även lärare i kommunikation av mat och måltidsgestaltning vid högskolan i Kristianstad.

