



# **Hvordan bruker Vinmonopolet forbrukerinnstikt i bærekraftarbeidet**

Analysedagen 2. november 2023

Nina Rovelstad Hallenberg, leder strategi og innsikt i Vinmonopolet

# Hva skal jeg snakke om

- 1 Vinmonopolets samfunnsoppdrag og mål
- 2 Hvordan jobber vi med forbrukerinnsett for å forstå
- 3 Hvordan bruker vi forbrukerinnsett til å få det til i praksis





# Vinmonopolet har et oppdrag!

*- et alkoholpolitisk virkemiddel -*

*«Gjennom ansvarlig salg og regulert tilgjengelighet skal AS Vinmonopolet bidra til å begrense alkoholkonsumet og skadevirkningene av alkohol.»*

*For å sikre fortsatt oppslutning og legitimitet i befolkningen skal AS Vinmonopolet, innenfor eksisterende rammebetingelser, utvikle seg i takt med samfunnets forventninger og behov.»*





**Faghandel i verdensklasse**



**Foregangsvirksomhet på bærekraft**



I egen virksomhet



Tilrettelegge for kundeadferd



Redusere klimautslipp og miljøbelastning



Pådriver i verdikjeden



Rammebetingelser



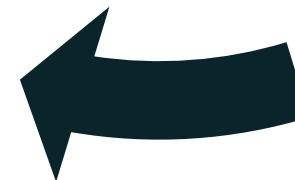
Gjør det enkelt og relevant  
å velge mer bærekraftig hver gang.

Effekt

Mål

Tiltak

Innsikt og  
analyse



# 2

## Hvordan jobber vi med forbrukerinnsett for å forstå

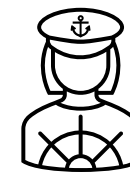


Gjør det enkelt og relevant  
å velge mer bærekraftig hver gang.





Kundene



Aktører som kan gjøre en forskjell

Forstå barrierer og motivasjon



Sortiment



Kommunikasjon



Navigeringsløsninger



Årlige markedsrapporter



Rapporter, artikler



Kvalitative undersøkelser

Bredde i kilder



Samarbeidspartnere



Kvantitative undersøkelser



Egne data



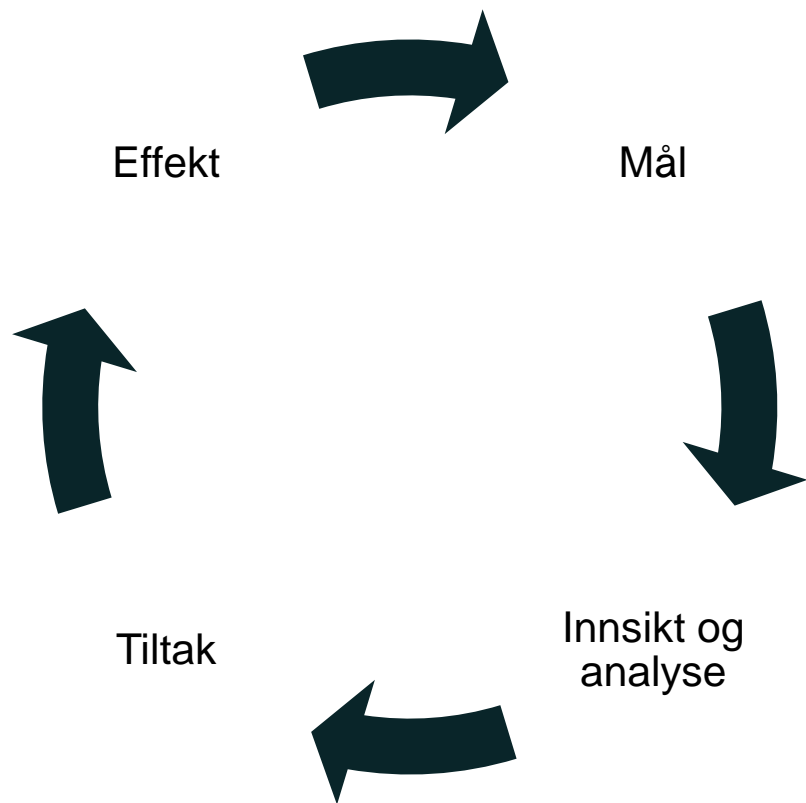
Egne ansatte

# 3

## Hvordan jobber vi med forbrukerinnsett for å få det til i praksis



Gjør det enkelt og relevant å velge mer bærekraftig hver gang.



- Relevant og troverdig forbrukerinnstikt til aktører som kan gjøre en forskjell.
- Måler effekt på mikro- og makro-nivå.
- Gir videre underlag til innsikt og analyser.

# Relevant og troverdig forbrukerinnsett til aktører som kan gjøre en forskjell

- Holdningen til klimasmart emballasje er i endring.
- Praktiske emballasjeegenskaper gir merverdi.
- Emballasje som gir assosiasjoner til andre produkter er ikke attraktivt.
- Folk har ulike preferanser for valg – og bærekraft er ikke *viktigst*.

### IMPORTØRER OG PRODUSENTER:

Innsikt som reduserer opplevd risiko ved å skifte til klimasmart emballasje.

### KATEGORISJEFER OG PRODUKTSJEFER:

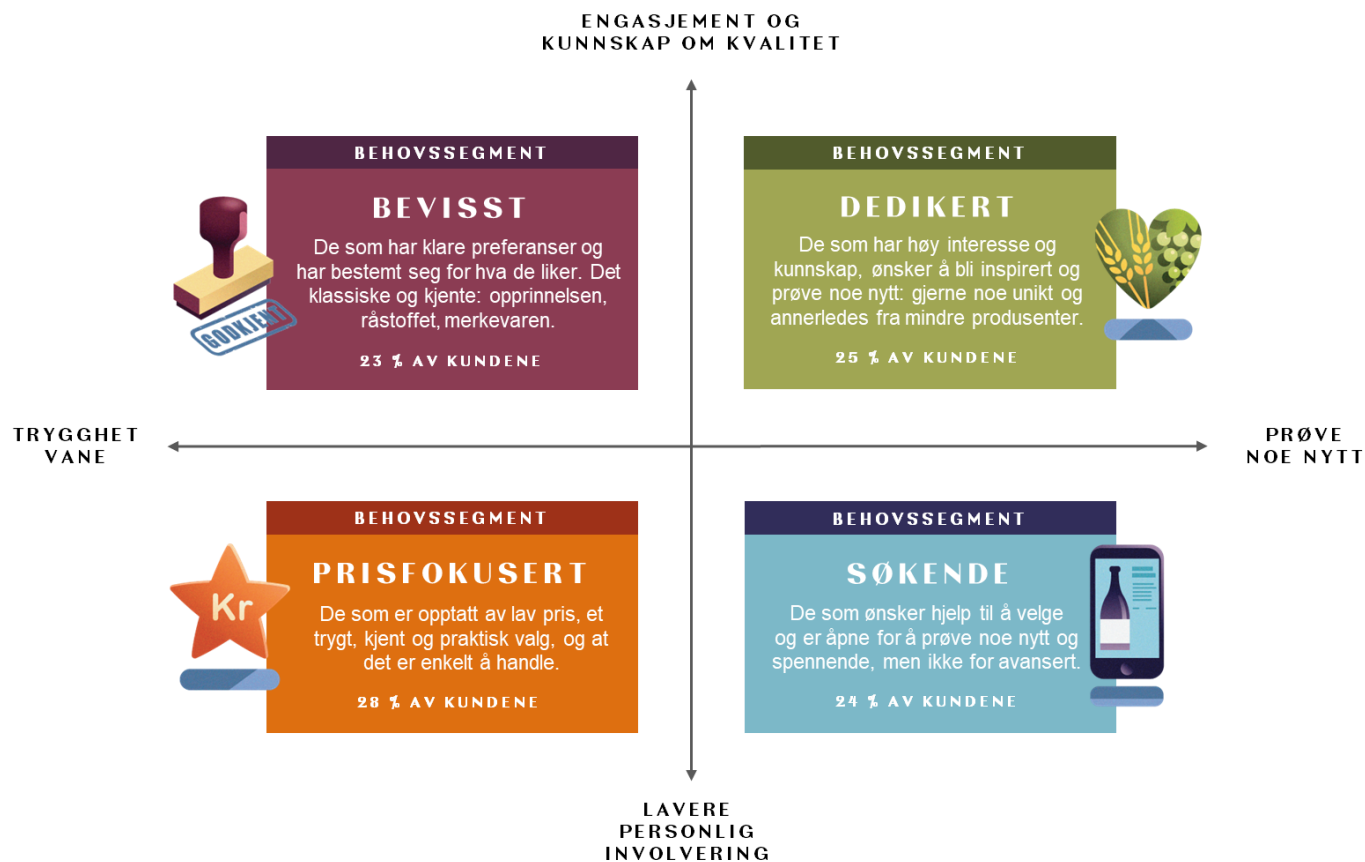
Treffsikre spesifikasjoner.



RELEVANT

sortiment

# Eksempel sortiment



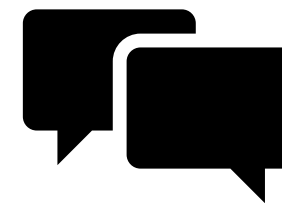
- Lanserer produkter med bærekraftselementer tilpasset ulike kunder med ulike preferanser.
- November-lanseringen: Over 40 produkter med bærekraftselementer.
- Måler sortimentstilfredshet totalt og relatert til bærekraft.

## Relevant og troverdig forbrukerinnsett til aktører som kan gjøre en forskjell

- Folk tenker ikke på at de kan ta mer bærekraftige valg når de handler hos oss.
- Folk ønsker ikke uoppfordret informasjon om bærekraft når de handler.
- Hvis de får anbefaling fra en de stoler på, så er de villige til å prøve vin med klimasmart emballasje.
- Folk har ulike preferanser for valg.

KOMMUNIKASJONSTEAMET:  
- hvordan bevisstgjøre folk at de kan ta mer bærekraftige valg på Vinmonopolet.

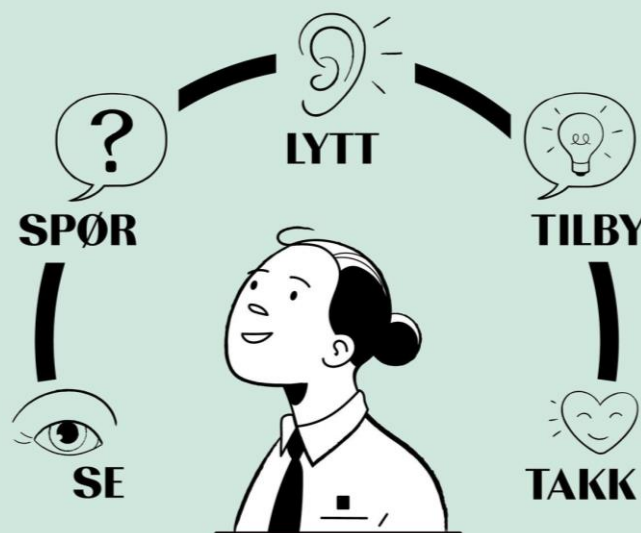
BUTIKKANSATTE:  
- hvordan bærekraft implementeres i kundemøtet



ENKEL OG RELEVANT  
kommunikasjon



## «Det beste kundemøtet»



## Bærekraft inn i «det beste kundemøtet»

- Rå på fag - også på bærekraft. Kompetanse og trening!
- Anbefale alternativ med bærekraftelement.
- Gjør oppmerksom på bærekrafteffekt hvis naturlig.
- Viser verktøy hvis naturlig.
- Måler gjennomføring i Mystery shopper
- Måler effekt i kundeundersøkelse.



## Relevant og troverdig forbrukerinnsett til aktører som kan gjøre en forskjell

- Bærekraft-filtre i nettbutikken brukes i liten grad.
- Informasjon om bærekraft på produkt bør vises tidligere i navigeringsprosessen.
- Merkingen i butikkene legges ikke merke til.
- Når folk oppdager merking og filtrering for bærekraft synes det er genialt.

NETTHANDELSTEAMET:  
- bedre synligheten på nett og lavere brukerterskel.

KOMMUNIKASJONTEAMET:  
- bevisstgjøring av løsninger.

BUTIKKANSATTE:  
- hvordan bruke navigeringsverktøy i kundemøtet.



ENKLE  
navigeringsløsninger

# Eksempel navigeringsløsninger

**BÆREKRAFT**

- Økologisk
- Sertifisert etisk
- Miljøsertifisert produksjon
- Klimasmart emballasje
- Biodynamisk



HVITVIN

Østerrike, Niederösterreich, Wachau

Litt utviklet, preg av sursøt frukt, sitrus og eple, inn mineraler, god lengde.

**Kr 399,90** **KJØP**

75 cl 533,2 kr/l

Kan bestilles til alle butikker  
Via butikker med varen på lager

Post/På dor: Kan bestilles

- FISK
- FRISKHET
- LYST KJØTT
- EYLDE
- GRØNNSAKER
- SØDME
- Let og frisk
- Drikkeklar nå, men kan også lagres
- Riesling 100%

**Bærekraft**  
Produkter med ett eller flere bærekraftselementer er merket med et grønt hjørne. [Les mer](#)

**KLIMASMART EMBALLASJE** **BIODYNAMISK** **ØKOLOGISK**

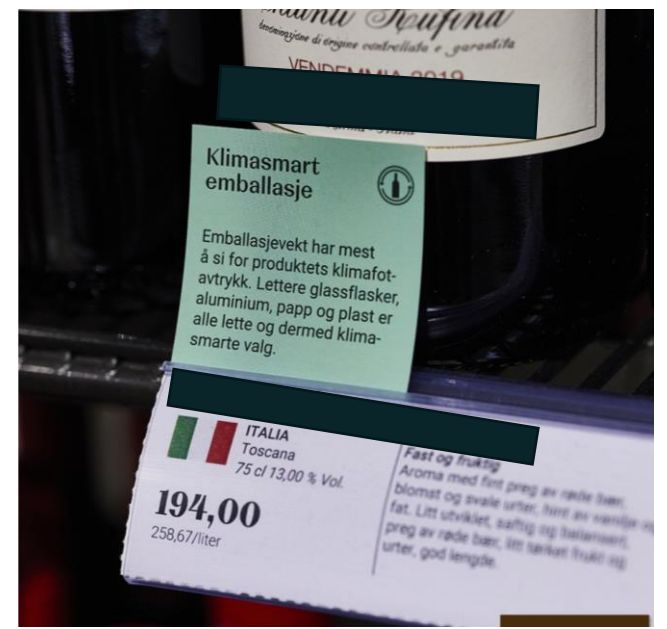
**Søkeresultat**

435 varer [Les artikler](#) Relevans

Valgte filtre: **Nulstill**

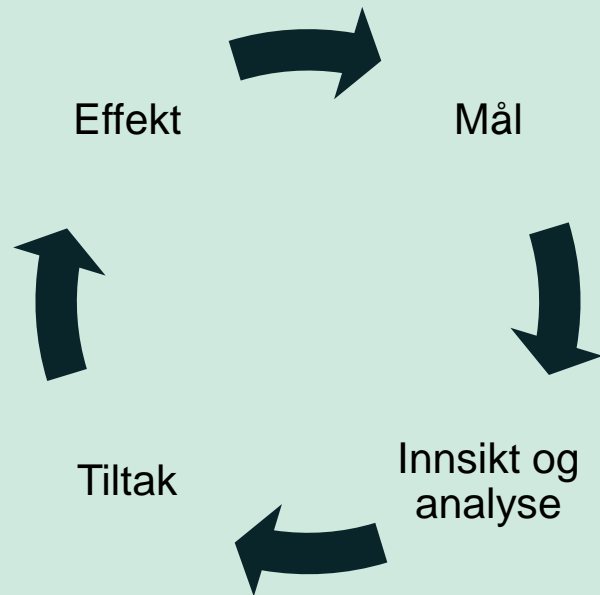
Butikker: **Holmås** **Selsåke**

<p>Østerrike, Niederösterreich, Wachau</p> <p><b>Kr 399,90</b> 75 cl</p> <p><b>KJØP</b></p> <p>Kan bestilles til alle butikker Via butikker med varen på lager</p> <p>Post/På dor: Kan bestilles</p>	<p>Østerrike, Niederösterreich, Kamptal</p> <p><b>Kr 229,90</b> 75 cl</p> <p><b>KJØP</b></p> <p>Kan bestilles til alle butikker Via butikker med varen på lager</p> <p>Post/På dor: Kan bestilles</p>	<p>Østerrike, Steiermark, Südburgenland</p> <p><b>Kr 279,90</b> 75 cl</p> <p><b>KJØP</b></p> <p>Kan bestilles til alle butikker Via butikker med varen på lager</p> <p>Post/På dor: 1 på lager - flere kan bestilles</p>
<p>Østerrike, Niederösterreich, Kamptal</p>	<p>Østerrike, Niederösterreich, Kamptal</p>	<p>Østerrike, Niederösterreich, Kamptal</p>





Gjør det enkelt og relevant  
å velge mer bærekraftig hver gang.



### Hvordan jobber vi med forbrukerinnsett for å forstå

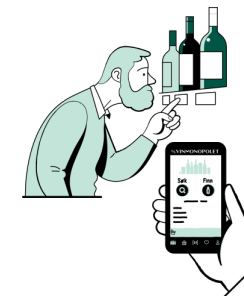
- Barrierer og motivasjon - for kunder og for aktører som kan gjøre en forskjell.
- Bredde i kilder.

### Hvordan bruker vi forbrukerinnsett til å få det til i praksis

- Relevant og troverdig forbrukerinnsett til aktører som kan gjøre en forskjell.
- Måle effekt av tiltak – underlag for videre innsett.



RELEVANT  
sortiment



ENKLE  
navigeringsløsninger



ENKEL OG RELEVANT  
kommunikasjon

**Takk for meg!**

**A/S VINMONOPOLET**