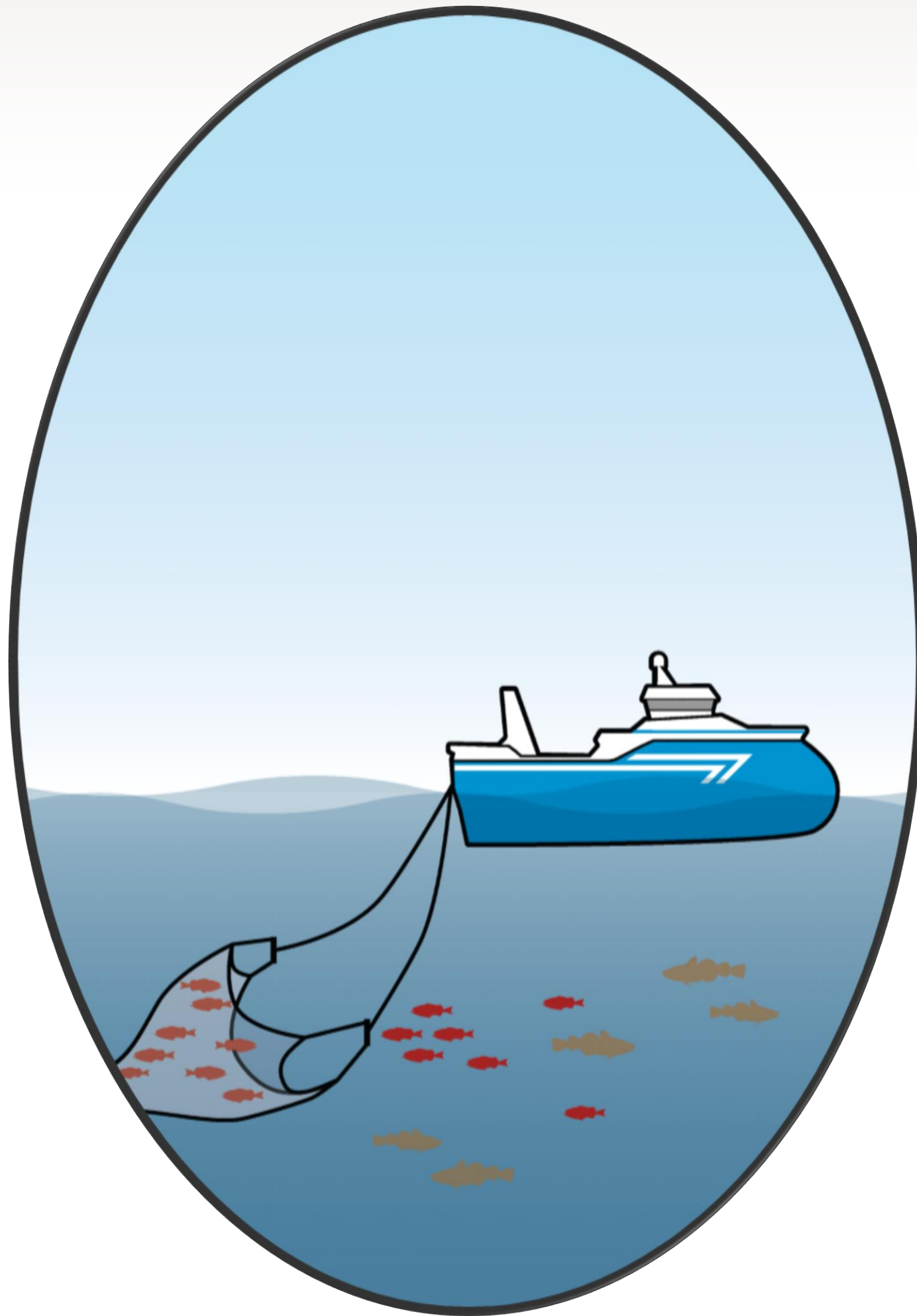
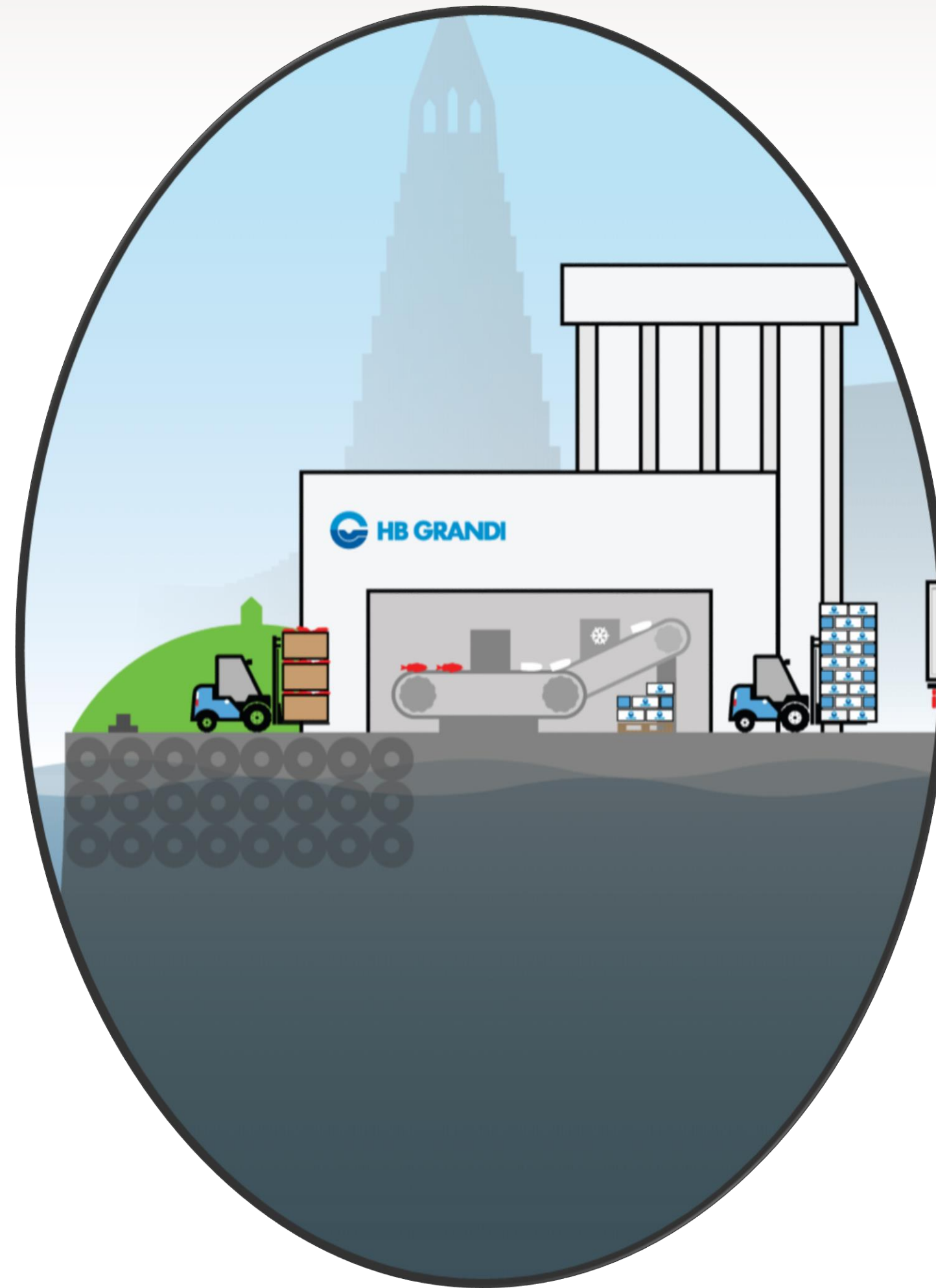
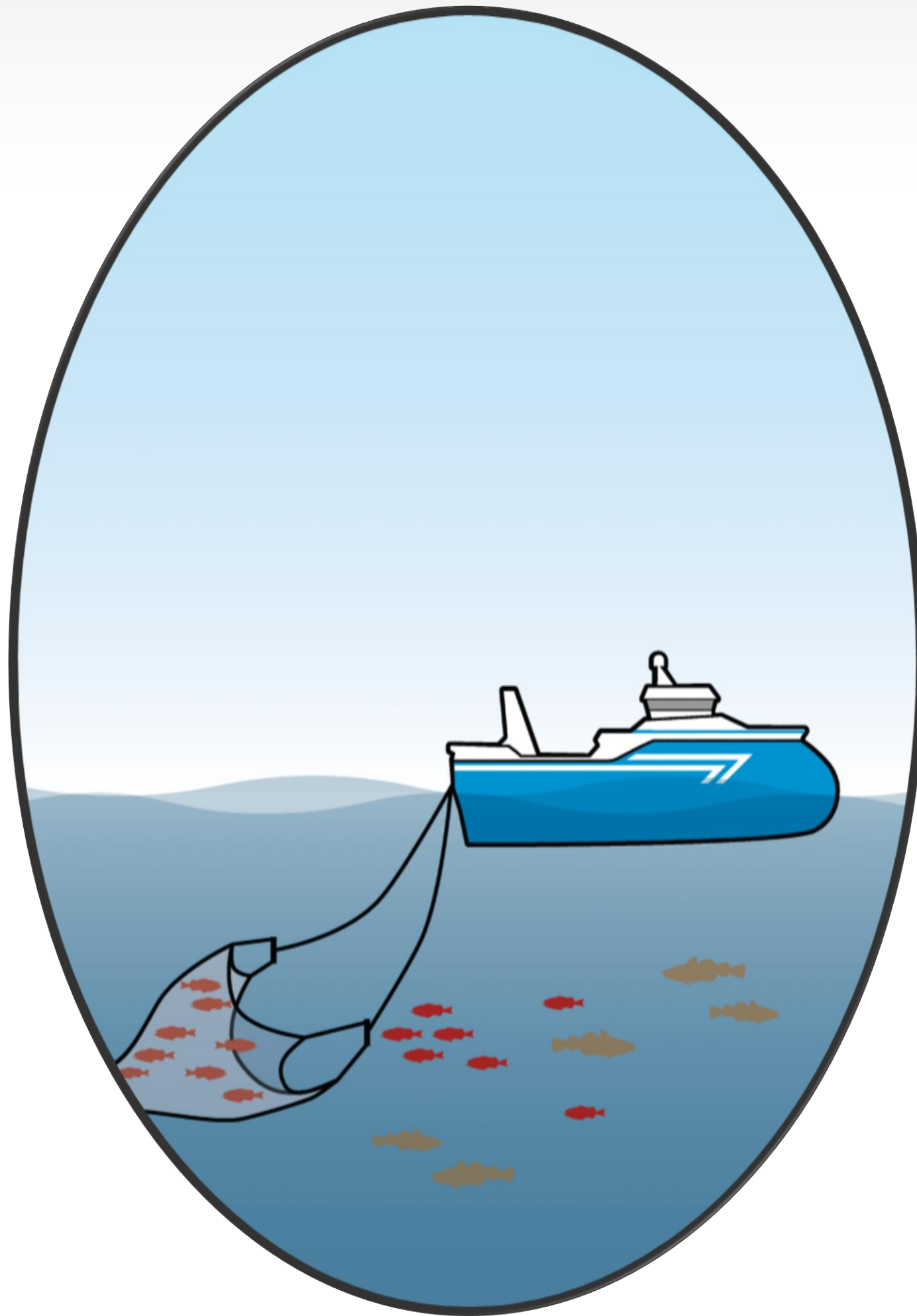


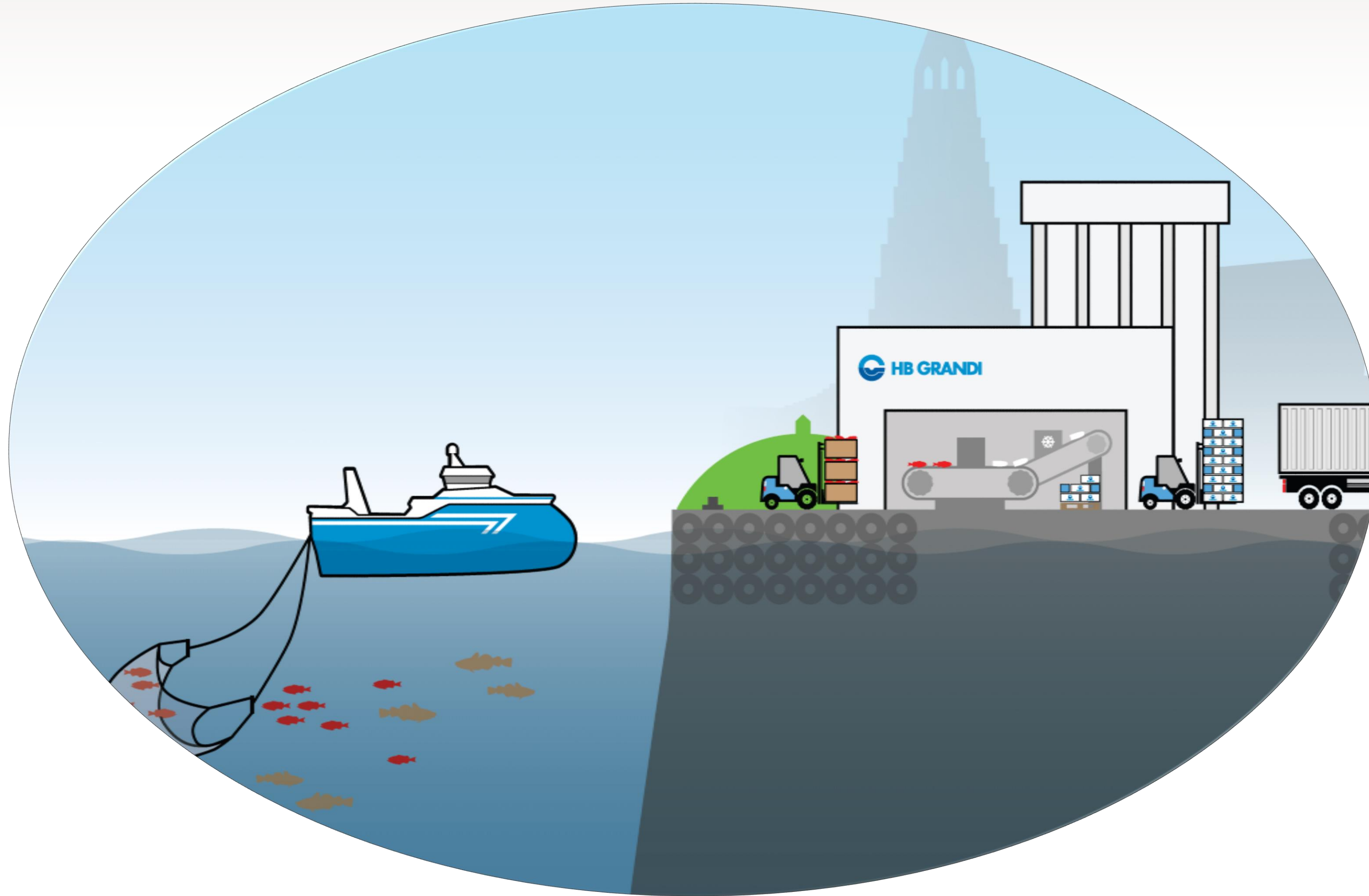


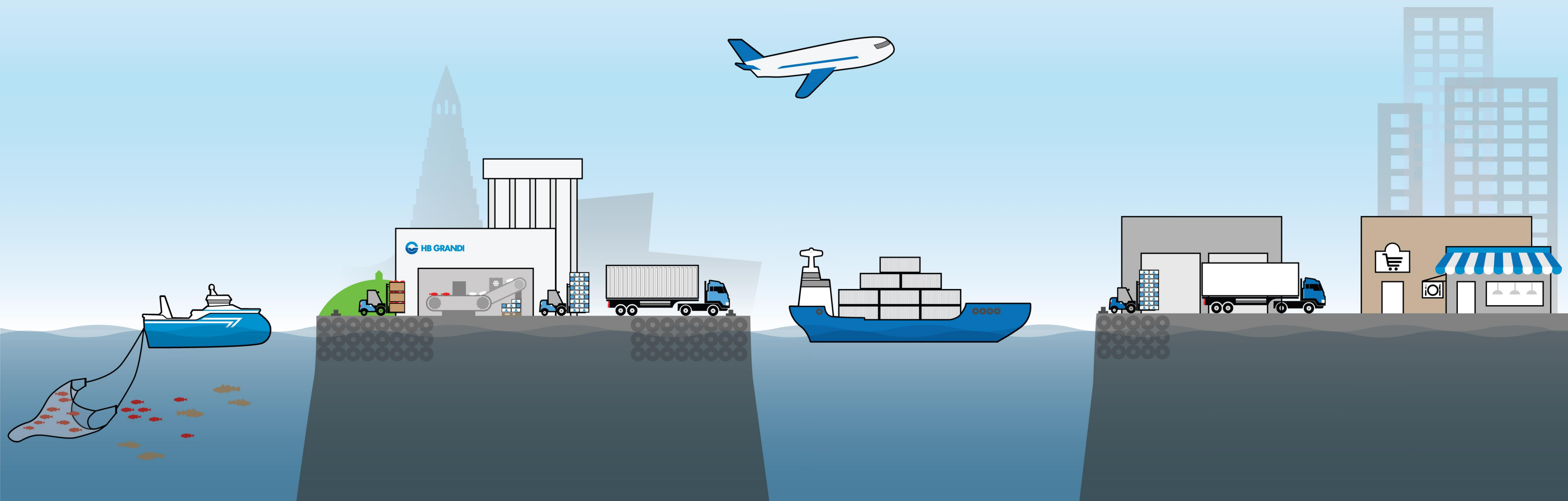
Samvinna í markaðsmálum

Sjávarútvegsráðstefnan 2015, Hilton Reykjavík Nordica, 19.-20. nóvember.







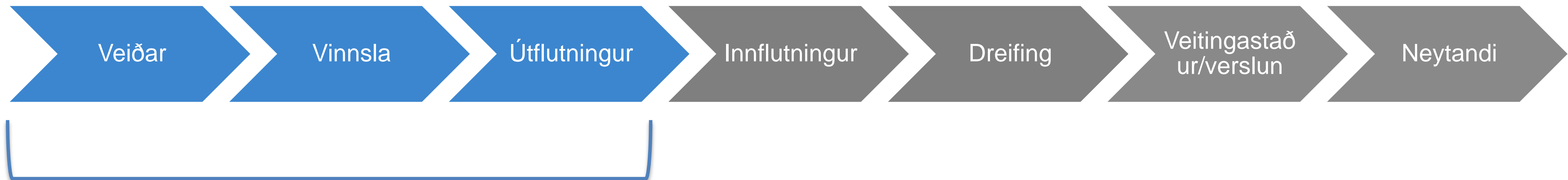




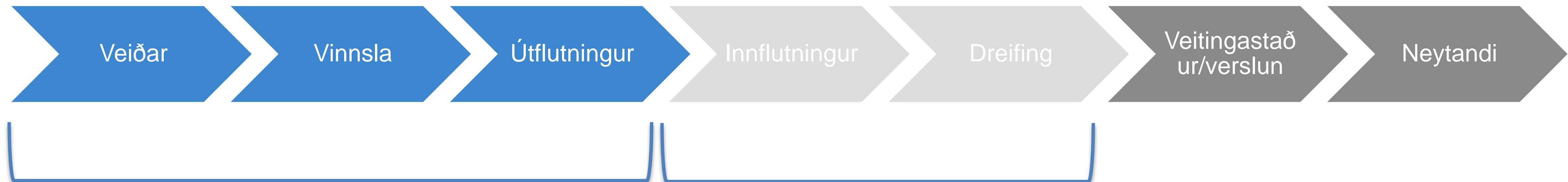
Sölu- og afurðastjórar þurfa að hafa yfirsýn yfir alla virðiskeðjuna til neytenda



HB Grandi er þegar með beina stjórn á hluta virðiskeðjunnar



Við veljum að selja þeim viðskiptavinum sem veita okkur aðgang að “réttu” markaðshlutanum



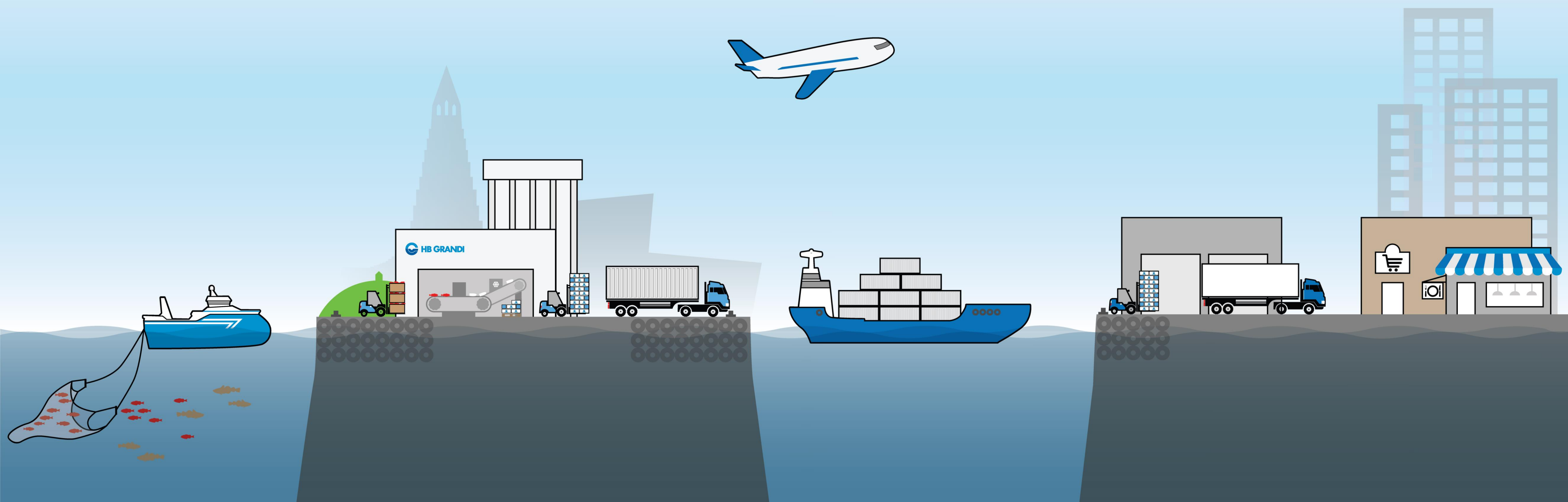
Við lítum á okkar viðskiptavini fremur sem samstarfsaðila en kaupendur



Sterk viðskiptasambönd og opið upplýsingaflæði er mikilvægur hluti þess að geta brugðist hratt við þróun markaða







***"MARKETING IS NOT THE ART OF FINDING CLEVER
WAYS TO DISPOSE OF WHAT YOU MAKE. IT IS THE
ART OF CREATING GENUINE CUSTOMER VALUE."***

-PHILIP KOTLER

Samkeppni

Samkeppni









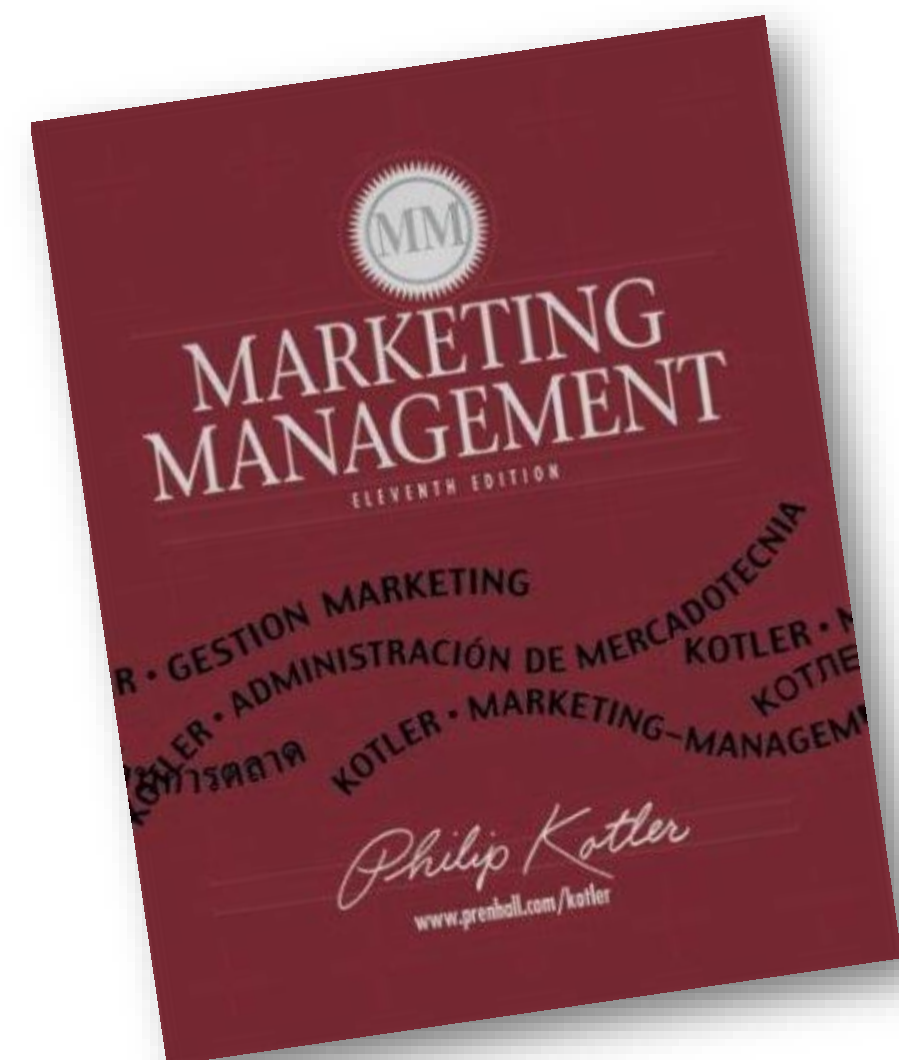
Samvinna í markaðsmálum

Samvinna í markaðsmálum

- Er upprunalandið Ísland eftirsóknarvert?
 - Já
- Getur samvinna í markaðssamskiptum skilað okkur árangri?
 - Já



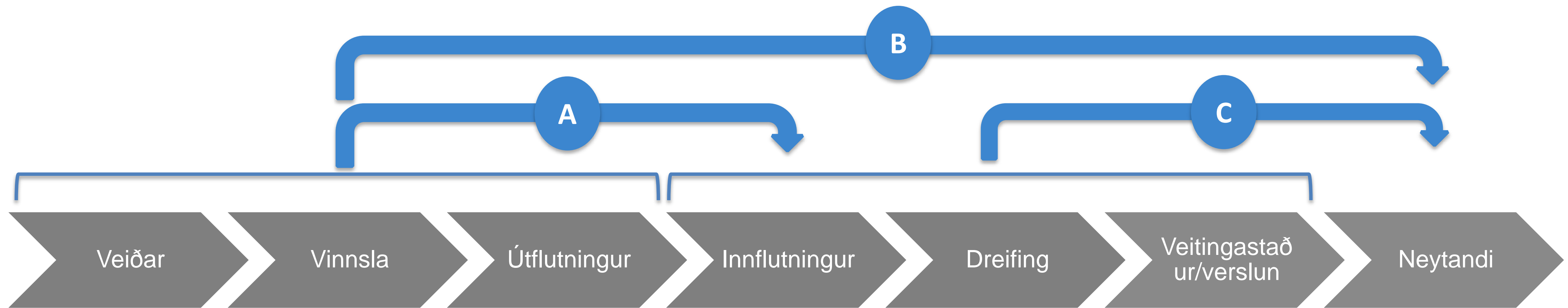
Pekking



Sameiginleg markaðssamskipti

Sameiginleg markaðssamskipti

- Hvaða sögu á að segja?
- Hverjum á að segja söguna?
- Hver á að segja söguna?



Af hverju gengur hvorki né rekur að ná saman með sameiginlega markaðssetningu á íslenskum sjávarafurðum?

Eftir hverju erum við að bíða?

- Hver á að borga?
- Ólíkir hagsmunir?
- Er þetta ekki þess virði?
- Staðan er einfaldlega góð
- Við þurfum að vanda okkur









Takk fyrir