



DMP
DANSK MARKETINGFORSKNINGSPRIS

INNOVATION I FMCG

17. september | kl. 9.00 - 14.00

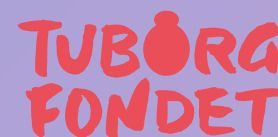
Spændende formiddag med fokus på produktudvikling og innovation i dagligvarebranchen

Vær med til kåringen af årets Talent inden for Dansk Marketingforskning

Carlsberg

Vesterfælledvej 6
1750 København V

Dansk Marketingforsknings Pris udbydes i samarbejde med:



Inspirerende indlæg fra:



PROGRAM

9:00 Ankomst / check-in

9:30 Velkomst og introduktion til dagens program

v/Carsten Wandorf, CEO Fritz Schur Consumer Group A/S
Formand, Dansk Marketingforsknings Pris

9:40 Innovation i Carlsberg

Innovationsstrategi og lancering af Carlsberg 1883

v/Jeppe Boel, Carlsberg Marketingchef

Om Carlsbergs seneste store øl-innovation. Jeppe vil fortælle om portefølje og innovationsstrategien, der ligger til grund for Carlsbergs udvikling af nye øltyper. Han vil også vise Go to market planen for Carlsberg 1883 samt resultater for det første år på markedet.

Pionerånden hersker – selv efter 142 år i Carlsberg

v/Birgitte Skadhauge, Vice President, Carlsberg Research Laboratory

Om hvordan Carlsberg adskiller sig markant fra andre globale bryggerier ved at satse målrettet på forskning og innovation med ambition om at være et af de mest succesfulde, professionelle og attraktive bryggerirelaterede forskningslaboratorier i verden.

10:40 Innovation i Arla Foods

v/Lise Berg Kildemark, Director, Cooperative Innovation & Portfolio

Hos Arla skabes innovative produkter, der appellerer til forbrugerne og hjælper dem til en afbalanceret og sundere livsstil. Grænserne for videnskab og teknologi flyttes for at skabe en lys fremtid for mejeriprodukter og naturlige fødevarer til alle.

11:10 Pause

11:30 Den connectede detailhandel

v/Morten Viktor, Director, Online Groceries. Coop.dk MAD

Om hvordan Coop forestiller sig, de skal connecte med forbrugerne. Om hvordan loyalitet opbygges og fastholdes i dag og fremover og hvordan vi kan skabe en mere indsigtfuld og effektiv produktudvikling.

12:15 Motivation og overrækkelse af Talentpris

v/professor Klaus Grunert

12.35 Indlæg af prismotageren

v/ Lina Fogt Jacobsen

Linas afhandling beskriver bl.a. grænsefeltet mellem forbrugeradfærd, produktinnovation og online medier - med anvendelse i fødevarerbranchen. Den beskriver ligeledes hvordan forbrugere kan motiveres til at interagere med fødevarer virksomheder i online fora, med henblik på vidensdeling og input til produktinnovation og om hvordan forbedret kommunikation mellem virksomhedens afdelinger/funktioner kan forbedre produktudviklingsprocessen.

12:55 Afrunding

v/Carsten Wandorf

13:00 Let traktement

INDLÆGSHOLDERE



Jeppe Boel

Marketingchef,
Senior Marketing Manager, Danmark,
Carlsberg

Jeppe har været hos Carlsberg i 6 år. De første tre år som en del af Tuborg brand team. De sidste tre år har han været hoveddriveren bag Carlsberg-strategien og vendt om gennemførelsen. Jeppe er desuden mere en del af Carlsberg Global Brand Board, der fører mærket på tværs af alle nøglemarkeder.



Birgitte Skadhaug

Vice President,
Carlsberg Research Laboratory,
Carlsberg Group

Birgitte er ansvarlig for Carlsbergs forsknings- og innovations-aktiviteter, hun er ligeledes adjungeret professor på Århus Universitet, Faculty of Science and Technology.

Hun har mere end 25 års erfaring med bryggeriforskning inden for forskellige fokusområder, så som råmaterialer, gær og fermentering, ingredienser, bryggeriforskning, teknologiudvikling samt bæredygtighed.



Lise Berg Kildemark

R&D Director,
Open Innovation,
Arla

Som mejeriingeniør fra KU toppet op med en HD udenrigshandel fra Århus har Lise i sit 25 årige arbejdsliv beskæftiget sig med innovation og produktion indenfor mejeribrug i virksomheder som Dupont, ØK, Danone og Arla Foods. Lises rolle hos Arla er at sikre stærkt innovationssamarbejde med eksterne partnere og sidder som bestyrelsesmedlem i Danish Food Cluster og mejeribrugets Forskningsfond.



Morten Viktor

Kommerciel Direktør,
Coop.dk MAD

Morten har ansvaret for Coop koncernens salg af dagligvarer online på tværs af kæder og brands. Hans track record med det digitale startede tilbage i slut 90'erne hos TDC, hvor han arbejdede med internet og mobilitetstjenester til både privat- og erhvervskunder. Siden da har han bl.a. været en del af koncerndirektionen hos Berlingske Media, med ansvaret for IT, digital forretningsudvikling og e-commerce, og han har lavet start-up virksomhed.



Klaus G. Grunert

Professor i marketing på
Aarhus Universitet

Klaus G. Grunert er professor i marketing på Aarhus Universitet, leder af Marketing Sektionen på Institut for Virksomhedsledelse, og grundlægger og leder af forskningscentret MAPP. Han har omfattende forskningserfaring inden for forbrugeradfærd, hovedsageligt i forhold til fødevarer, og har arbejdet med hvordan forbrugerindsigt kan nyttiggøres i udviklingen af nye produkter, markedskommunikation, og i forsøg på at fremme social ønskelig adfærd, fx ved at fremme sunde og bæredygtige valg. Han har samarbejdet med mange fødevarerproducenter, store og små.



Lina Fogt Jacobsen

Ph.d. i Marketing Management

Ph.d. i Marketing Management fra Aarhus Universitet med afhandlingen "Integrating Consumer Insight in Food innovation: Information acquisition and dissemination in new product development". Tilknyttet MAPP centret på Aarhus Universitet pt. som adjunkt. Særlige forskningsområder: udvikling og markedsføring af forbrugerinnovation samt marketing/R&D kommunikation i produktudvikling.

[TILMELD DIG HER](#)

Dansk Marketingforsknings Pris

Dansk Marketingforsknings Pris blev indstiftet i 1955 af Dansk Salgs- og Reklameforbund og HD-Klubben for Salg og Reklame under navnet Dansk Erhvervslivs Pris for Afsætningsøkonomisk Forskning. Fonden har gennem de sidste 60 år støttet det danske erhvervsliv ved at støtte forskningen inden for det afsætningsøkonomiske område med henblik på at sikre udviklingen af nye metoder og ny viden.

Dette opnås ved at hædre forskere, som yder et vigtigt stykke marketingforskningsarbejde. Der lægges vægt på, at de udvalgte forskeres arbejde har en væsentlig værdi for de danske virksomheders marketingfunktion. DMP er baseret på frivilligt arbejde og ledes af en bestyrelse, der dels administrerer fondens formue og dels træffer afgørelse om fondens uddelinger.

Prisen, som består af mindst 50.000 kr., kan ikke søges, men uddeles udelukkende efter bestyrelsens bestemmelse om anerkendelse af modtagerens fortjenester. Prisen bliver tildelt som hæderspris for værdifuldt udført markedsforskningsarbejde.

Talentprisen

Det er første gang, DMP uddeler Talentprisen.

DMP har valgt også at uddele denne pris, fordi vi gerne vil sætte fokus på at forynge institutionen ift. "seniorprisen" og DMP ønsker den vej igennem også at øge de danske virksomheders konkurrenceevne.

Arrangementet er gratis

Sidste frist for tilmelding fredag den 31. august

Kontakt

Dansk Marketingforsknings Pris
Esplanaden 40 · 1263 København K

Carsten Wandorf, Bestyrelsesformand
Mobil: 4032 6267 · Mail: cw@fscp.dk