

Masteroppgave Produktdesign 2011

Konsept og redesign av sjokoladeemballasje med brukeropplevelse i fokus

Mette Sofie Park

INNHold

Problemstilling	s.3	Sjokoladesmaking	s.22	Ferdig eske	s.44
Bakgrunn	s.4	Kake marked	s.41	Persuasion	s.45
Innledning	s.5	Emballasjen i dag	s.23-25	Ferdig produkt	s.46
Prosess	s.6	Konklusjon av undersøkelser, s 26		Konsept 2	s. 47
 				Konsept 2 –utvikling	s. 48
01 Forskning	s.7			Konsept 2 – skisser	s.49
Sjokoladeslottet	s.8	Krav og konsepter	s.27	Konseptet	s.50
Litt om produktet	s.8	Hva jeg vil oppnå med ny emballasje S.27		Form	s.51
Visjon	s.8	Krav til emballasjen	s.28	Miljø	s 52
Kjernebehov	s.8	Bedriftskrav	s.29	Utfordringer	s. 53
Emosjonelle behov	s.8	Obligatoriske krav	s.29	Logo og merkevare	s.53
Selvekspresive behov	s.8	Designkrav	s.30	Smaker	s.54
Produkt og marked	s.9	Møte med Sjokladeslottet	s.31	Smaker i dag	s.55
Sjokoladeslottets marked	s.9	Brukeropplevelse	s. 32	Produktet	s 57
Bedrift møter kunden	s.10	Emosjoner	s.32	Videreutvikling	s.58
Gaver	s.11	Persuasion	s.33		
Sjokolade	s.11			Konklusjon	s.59
Sjokolade – forbuden frukt	s.12				
Sjokolade og de gode virkningene	s.13	Konseptutvikling		Referanser	s.60 -61
Sjokoladetrender og forbrukeren	s.13	Konsept 1	s.35		
Sosiale trends.	s.13	Konsept 2	s.35		
Sjokoladens posisjon	s. 14-16	Konsept 1 – kafe	s. 36		
Konkurrenter	s.16	Inspirasjon	s.37		
Emballasje konkurrenter	s.16	Prøvebretting	s.38		
Konklusjon konkurranse	s17	Konseptutvikling til kafe	s.40		
SWOT	s.18	Kake marked	s.41		
Brukerundersøkelse	s.20	Opplevelsen	s.41		
Mentale modeller	s.20	Form	s.41		
Målgruppe og personas	s.21	Prøvebrettinger	s.42		
Brukerens behov	s.21	Salgsøyeblikket	s.43		
		Multifunksjon	s.43		

MASTEROPPGAVE

Ved å forstå brukerens adferd som forventninger og følelser rundt hvordan de oppnår noe, kan utviklingen av et produktkonsept ta nytte av denne innsikten og kan det implementeres på en hensiktsmessig måte hos Sjokoladeslottet?

Ved å forstå brukeropplevelsen av et produkt, kan vi bevisst påvirke brukeradferd ubevisst hos brukeren ved hjelp av aktuelle psykologiske prinsipper fra PET teorier (Persuasion, Emotion)

Kan vi kartlegge brukeropplevelsen og kan brukeropplevelsen påvirke design og strategiske beslutninger i en bedrift som Sjokoladeslottet?

Kan vi utvikle merkevaren Sjokoladeslottet og se nye innovative produktmuligheter og eller markedsmuligheter ved hjelp av denne brukeranalysen?

Kan resultatene av analysen effektivt bli implementert i et nytt produkt konsept eller design utforming for Sjokoladeslottet?

BAKGRUNN

Jeg har gjennom tidligere oppgaver her på HiAK og gjennom arbeidserfaring vært interessert og involvert i å designe med brukeren i fokus. Siden brukere er i konstant utvikling i takt med teknologi og markeder, er det interessant å merke seg hvordan brukerne også utvikler seg i takt med et samfunn som stadig er i forandring. Brukerens forventninger rundt et produkt og forventningen om opplevelsen rundt et produkt er under forandring, men mange produkter og tjenester forblir det/den samme. Derfor er jeg interessert i å gjøre mer forskning rundt dette tema, spesielt når det kommer til brukernes atferd omkring et produkt. Med dette prosjektet vil jeg jobbe i samarbeid med en bedrift som leverer "opplevelse" i produktet og som har brukeropplevelse som er en del av kjernen for merkevaren. Kan vi gjøre denne opplevelsen sterkere for brukerne og kan vi styrke merkevaren gjennom en opplevelse strategi.

Samarbeid

I denne masteroppgaven vil jeg samarbeide med Sjokoladeslottet. De selger eksklusiv sjokolade til privatpersoner og firma.

Oppgaven

Hva som vil bli levert:

Det vil bli levert forslag til ny emballasjedesign basert på både markedsundersøkelser, brukerundersøkelser og observasjoner.



Takk til Sjokoladeslottet

INNLEDNING

Sjokoladeslottet var den første sjokoladebutikken på internett i Norge. Hege Haslie tok med seg ideen fra England og ville gi norske forbrukere/ sjokoladeelskere det samme tilbudet her i Norge. Kvalitetssjokolade rett ned i postkassen. Enten du vil abonnere på den til deg selv eller du vil kjøpe en gave til andre.

Da Sjokoladeslottet startet opp ble de møtt med stor begeistring. Både private og bedrifter benyttet seg av sjokoladeslottet. Men det har vært noen humper i veien for dem også. Finanskrisen var brutal og Sjokoladeslottet mistet noen veldig viktige og store bedriftskunder. Nå er sjokoladeslottet tilbake på markedet med det samme produktet og i samme spor som da de startet opp. Er forholdene de samme i markedet i dag når produktet har modnes?

Formålet med denne masteroppgaven er å se på det store bilde og deretter gå dypere inn i elementer som er en del av brukeropplevelsen av sjokoladeslottet. En total brukeropplevelse består av mange elementer som tilslutt utgjør den totale opplevelsen. Det er verken tid eller ressurser til å ta for meg alle, men jeg vil ta for meg noen av de viktigste elementene for å forbedre den totale opplevelsen av sjokoladeslottet gjennom design og se om undersøkelsene kan komme opp med innovasjon i produkt utviklingen.

Jeg vil fokusere på emballasje/ pakningsdesig for produktutvikling.

I denne oppgaven var det nødvendig å gjøre mange former for undersøkelser og forskning for å få svar på spørsmål som hvilken posisjon sjokoladeslottet har i sitt marked i dag. Hvem er den typiske målgruppen, hvor geografisk befinner den seg og hvem konkurrerer de med i dag.

Fundamentet for videre utvikling måtte legges før vi kunne gjøre gå videre med den forskning som skal avsløre brukerens adferd rundt produktet.

PROSESS

Jeg har delt denne oppgaven opp i tre deler.

01 Forskning.

- Kartlegge Sjokoladeslottets posisjon i markedet i dag
- Kartlegge konkurrentene
- Sjokoladesns betydning i samfunnet i dag
- Trender
- Definere målgruppe
- Observasjon med bruker av produkt i dag
- Observere situasjoner med sjokoladespising

02 Krav og konsepter

- Definere krav til produktet
- Definere brukerkra og opplevelsekrav
- Designkrav
- Teori

03 konseptutvikling

Produktutviklingsprosessen i korte trekk.

Mange av disse prosessene ble utviklet parallelt og mange gange har jeg måtte gått tilbake for å gjøre nye tester eller intervjuer og evaluere på nytt.

01 Forskning

SJOKOLADESLOTTET

Bedriften sjokoladeslottet

Sjokoladeslottet er lokalisert i Tønsberg. De leverer eksklusiv sjokolade laget for hånd av profesjonelle sjokolademakere. Sjokoladen inneholder bare naturlige ingredienser.

Sjokoladeslottet ble etablert i 1997, og har siden da opplevd stor suksess med sin eksklusive sjokolade. I 2007 var Hege Haslie, innehaver og grunder.

I dag har Sjokoladeslottet kunder som Vouil Vutton, Grand hotell, og David Andersen. SAS var tidligere en stor kunde av Sjokoladeslottet.

Litt om produktet

Sjokoladeslottet selger konfektesker med 16, 8 og 4 biter sjokolade. Det er 16 biter esken som er hovedproduktet og som har mange forskjellige uttrykk i form av banderoler med forskjellige budskap som passer til forskjellige anledninger. Hver eske har et budskap eller et dikt som reflekterer anledningen den er tiltenkt. Det er også mulighet for kundene å legge en personlig hilsen inne i esken. Smakene på sjokoladen varierer med årstidene og Hege Haslie er med på den prosessen. Sjokoladen i seg selv blir laget av profesjonelle sjokolademakere og tar en uke å lage. I dag er smakene: salt og karamell, bringebær, pasjon og mint. Nye smaker er under utvikling.

Produktene blir solgt over internett. Sjokoladeslottet har ikke til dags dato noen utsalgssteder. Alle varer sendes per. post eller bud ved større volumordre.

Visjon

Sjokoladeslottet skal være førstevalget for personlige gaver både privat og i bedriftsmarkedet, og kjent som sjokolademakeriet som fremmer ekte sjokoladekultur i Norge.

Kjernebehov (motivasjon for kjøp)

Personlig oppmerksomhet.

Emosjonelle behov

Få uttrykt noe som kan være vanskelig å si ansikt til ansikt. Å gi en personlig gave med substans og som gir inntrykk. Belønning.

Funksjonelle behov

En gave for enhver anledning i livet. Sjokolade av ypperste kvalitet. Enkelt å kjøpe.

Selvekspressive behov

Vise det gode i meg.



Fig. 1 - Hege Haslie og dagens sjokoladeesker.

PRODUKT OG MARKED

Sjokoladeslottets marked

Sjokoladeslottet opererer i gavemarkedet og de deler sitt marked i tre.

Privat: Enkeltkjøp

Bedrift: Enkeltkjøp volum,

Abonnement: Fast utsendelse én gang per måned til samme motaker. Aktuelt både for bedrift og privatkunder.

De konkurrerer i litt forskjellige markeder fra privat til bedrift. På det private markedet er Sjokoladeslottet mer som et alternativ til blomster, mens i bedriftsmarkedet er det en gave som mer reflekter tilbake på firmaprofilen til avsender.

Sjokoladeslottet har ikke gjennomført markedsforskning, brukundersøkelser eller lignende. I første kapittel blir det blir prioritert å få kartlagt mer om Sjokoladeslottets marked, kunder osv. Her tas utgangspunkt i dagens situasjon. I følge Hege Haslie er salget ca 50/ 50 % til privatmarkedet og bedriftsmarkedet. Det er en posisjon Sjokoladeslottet bevisst prøver å holde for ikke å bli for avhengig av en stor bedriftskunde.

De selger 50-50% til menn og til kvinner. I følge Sjokoladeslottet er kjøpemønstret at menn kjøper mest til kvinner i nær familie. Kvinner kjøper til seg selv og venner.

"Vi i Sjokoladeslottet tror at sjokolade handler om å skape små magiske øyeblikk. Ordet skape sier noe om den omtanken og det engasjementet som vi har omkring faget sjokolade, produktutvikling og produksjon. Sjokolade er lidenskap, kjærlighet, trøst og glede. Derfor er det viktig at vi har både hjerte og hode med oss i alt vi gjør."



Sjokoladeesker, 4 og 16 biter.
Banderole rundt esken

Bedriftsgave fra David Andersen.

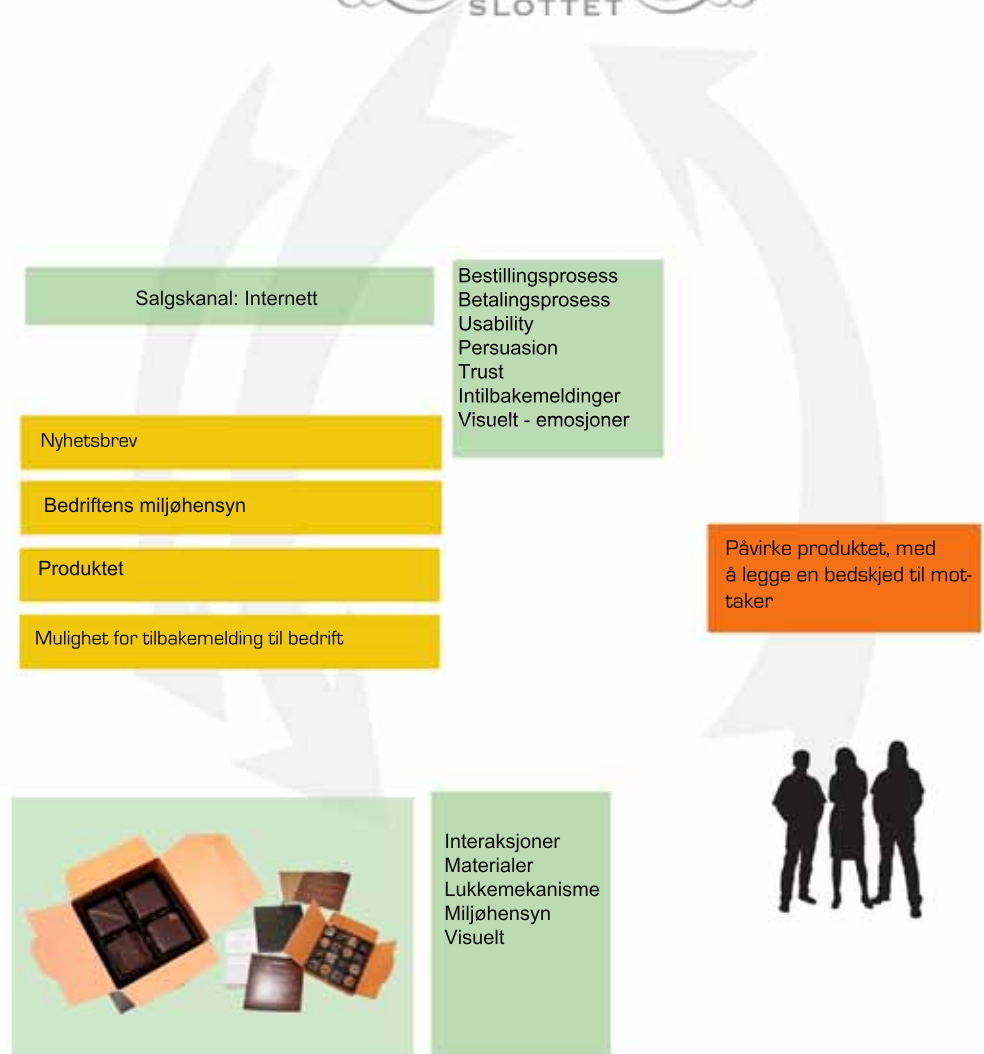
BEDRIFT MØTER KUNDEN

For å kunne se det store bilde, må vi se nøye alle signaler eller ledertråder sjokoladeslottet sender ut til kundene sine. Spesielt bedrifter med mye konkurranse må hele tiden vurdere virksomheten og hvilken signaler eller spor den sender ut til kunden sin. Alt som kan oppfattes eller sanses, eller mangel på det, og sammensetningen av dem blir en total opplevelse.

Her er en oversikt over de områdene Sjokoladeslottet sender ut meldinger til kundene sine, det er opplevelse hvor kundene lager seg forventninger og vurderinger både bevisst og ubevisst (Berry, Carbone og Haeckel, 2001, s. 85).

Dette er signaler som produktets funksjoner, emballasje, bestillingssprosessen, sosialt ansvar og miljøhensyn med mer, eller mangler på opplevelser innenfor disse områdene. Her tar vi utgangspunkt i design, og går ikke inn på kundebehandling osv.

Som designere kan vi designe noen av disse punktene slik at det overgår forventningen kunden har, og dermed lager en positiv opplevelse. Dette er mye av kjernen i en brukeropplevelsestrategi. Der vi må se på det store bilde og gå sakte innover til den minste lille detalj.



Sjokoladeslottet, brukere og produkt.

GAVER

Marked for gaver og sjokolade

Sjokoladeslottet opererer i gavemarkedet i følge Hege Haslie. Gavemarkedet er et marked som står for en betydelig del av det private husholdningsbudsjettet og bedrifters reklamebudsjett. Det totale gavemarkedet i Sverige og Norge, både privat og i næringslivet, omsetter for rundt 70 milliarder kroner. Ca 30 milliarder av disse i Norge, hvilket utgjør rundt fire prosent av husholdningsbudsjettet til svenske husstander, og dermed noe tilsvarende i Norge (Gaver og presenter).

I boka blir det hevdet at gaven må gis med omhu, at det er god kvalitet, og at det er riktig anledning og timing. For bedrifter kan en slik gave vise seg å være en god investering som de får tilbake i form av større arbeidsinnsats.

En gave kan formidle omtanke, spre skjønnhet i hverdagen og gjenspeile bedriftens sjel. En bedriftsgave bør ikke koste mer enn 600 kroner, pga. skatteregler.

Og det viser seg at 79 prosent av de spurte er positive til å få gaver fra sin arbeidsgiver, og at 92 prosent husker ofte eller alltid hvem de har fått en presang fra. (Gaver og presenter, 2008)

SJOKOLADE

Statistikker om sjokoladeforbruk

Det finnes allerede en god del forskning om sjokoladeforbruk. Her har jeg tatt for meg noen punkter som kommer ut av den forskningen. I Dagens Næringsliv skriver de at salget av sjokoladeplater har økt med 40 prosent på to år. Det totale sjokoladesalget har økt 17 prosent til 4,1 milliarder kroner. Dette kan bekreftes av statistikker fra Norske Sjokoladefabrikkers Forening som viser at i det siste tiåret fra 2001 til 2010, har mengden sjokolade hver og en av oss spiser, økt med nesten ett kilo, fra 8,5 til 9,5 kilo. Se appendiks 1.



SJOKOLADE - FORBUDEN FRUKT

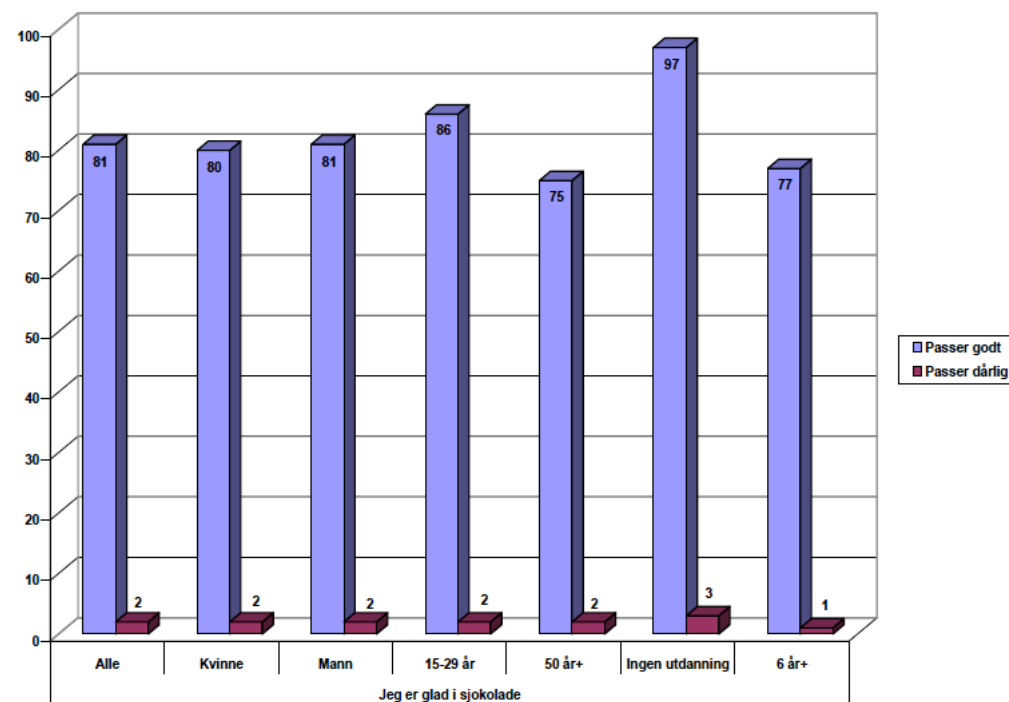
Annechen Bahr Bugge har gjort en omfattende rapport for Statens institutt for forbruksforskning som omfatter spisemønsteret og sukkerinntaket til unge og gamle.

Forbuden frukt smaker best. Her er litt statistikk fra dem.

Llike mange jenter som gutter som mente utsagnene "Jeg er glad i sjokolade" og "Jeg spiser sjokolade både til hverdag og helg" passet godt med eget spisemønster.

Det var imidlertid færre jenter (19 prosent) enn gutter (34 prosent) som mente utsagnet "Jeg vil helst unngå sjokolade, men blir ofte fristet" passet dårlig med eget spisemønster.

Langt færre jenter (28 prosent) enn gutter (55 prosent) mente utsagnet "Jeg får dårlig samvittighet når jeg spiser sjokolade" passet dårlig med eget spisemønster. 30 prosent av jentene og 11 prosent av guttene mente dette utsagnet passet godt med eget spisemønster. Videre var det langt flere gutter (26 prosent) enn jenter (4 prosent) som mente utsagnet "Jeg trener og da gjør det ikke så mye om jeg spiser en del sjokolade"



Sjokolade og de gode virkningene på kropp og sjel

Det er hovedsakelig kakomassen i sjokoladen som er sunn. Jo høyere kakaoinnhold, desto sunnere. Mørk sjokolade inneholder mer kakao og mindre sukker. Det viser seg at kakaobønnene inneholder såkalte flavonoider, som er antioksidanter på linje med dem man finner i rødvin. Antioksidantene beskytter kroppens celler mot skader, og virker forebyggende mot kreft. Man har også påvist opptil 400 andre substanser i sjokolade, blant annet serotonin og endorfiner. Man tror at flere av disse substansene har en reell oppkvikkende og positiv effekt på kroppen generelt og den mentale tilstanden spesielt. Ett av disse stoffene er teobromin som gir et lite "kick" som kan minne om koffein. Andre stoffer kan ha spesifikke oppgaver som styrker immunforsvaret.

En liten bit mørk sjokolade hver dag kan altså være med på å redusere risikoen for hjerte- og karsykdommer. I gamle dager ble sjokolade brukt som behandling for mange lidelser, inkludert tuberkulose, leversykdom, depresjon, gikt og jernmangel.

"Flere studier har konkludert med at vårt ernæringsmessige tabuforhold til sjokoladen har gjort den enda mer tiltrekkende i våre øyne, og at forholdet til sjokolade har store kulturelle variasjoner. Kanskje er det en blanding av fysiologisk påvirkning fra selve sjokoladen og en forventning om at sjokoladen er forbuden frukt som gjør at vi elsker den så høyt?" Roar Pedersen som er lege i en artikkel på Lommelegen.no

Forskere ved Hershey, sunnhetssenter USA, har testet den mørke sjokoladen med minst 60% kakao innhold opp mot ulike fruktsorter. De har kommet frem til at sjokoladen inneholder mer antioksidanter og sunne planteingredienser enn frukt. De mener at sjokoladen kan kategoriseres som en "superfrukt" på linje med blåbær og tranebær. En trend for tiden er sjokoladesmaking på linje med vinsmaking.

Sjokoladetrender og forbrukeren

Som vi har sett er helseaspektet ved sjokolade i vinden akkurat nå. Det samme er velvære for kropp og sjel. Sukkerforbruket går ned hos folk, men det selges samtidig mer sjokolade. Det norske folk gir ikke slipp på sjokoladen sin selv om den inneholder en del fett og sukker. Vi søker etter nye smaker og opplevelser. Dette er noe en bedrift må reflektere.

Trendforsker Reinier Evers, gründer av Trendwatching.com, anses som en av verdens dyktigste innen trendforskning. Han mener er noen av de heteste trendene for 2011 er hvordan bedrift og kunde kommuniserer. Forbrukerne blir mer og mer bevisste. Her kommer for eksempel miljø inn.

Sosiale trender

Halvparten av Freias reklamebudsjett brukes på internett og sosiale medier. Resten brukes på markedsføring i mer tradisjonelle kanaler som tv, magasiner og reklame i butikk.

Ny teknologi gir bedrifter nye muligheter til kommunikasjonsmetoder med brukeren.

Freia har opprettet et reklame spill på sin hjemmeside. Dette spillet markedsføres for ca 20 millioner. Freias forrige nettspill gikk gjennom store deler av fjoråret og fikk 524.000 unike brukere. Årets spill, "Mitt lille stykke Norge", gir brukerne muligheten til å plukke et lite stykke norsk jord på nett som utvikles og dyrkes gjennom året.

Sjokoladeslottet har hatt mange markeds kampanjer på TV og i pressen, men har aldri vinklet seg inn på engasjerende sosiale media taktikk.

I 2010 brukte godteribransjen over 200 millioner kroner på sjokoladereklame. Det er en økning på nesten 60 prosent på to år i følge Dagens næringsliv.

Selv om sukkerforbruket har gått ned de siste årene, er godteriforbruket forholdsvis stabilt.

SJOKOLADEN - POSISJON



1500

Oppdagelse og næringsmiddel

Spanjolen Hernán Cortés rapporterte hjem fra Sør-Amerika om en fantastisk oppdagelse.

"Drikken er usedvanlig næringsrik og sunn. Etter bare å ha drukket én skål av den, kan man legge ut på en dagstur uten behov for ytterligere føde."

Som vi ser fremhevet spanjolen sjokolade som næringsmiddel.

1600

Luksus

Sjokolade var på denne tiden en drikk den adelige fiffen i Europa koste seg med. Sjokoladefrokost ved den franske solkongens hoff var den ultimale luksus,

1700

Medisin

Nå ble også sjokoladen fremstilt som en medisin. Hjelper mot: en kald mave, tjener brystet, er god for hoste, fordriver svimmelen, Sjokoladen var bra for det meste.

Selv om sjokoladen ble lansert som medisin i Norge, ble den likevel raskt et luksusprodukt for den urbane eliten.

1800

Økt produksjon

I løpet av 1800-tallet vokste det opp sjokoladefabrikker over hele Europa .

Norge - 1700

Medisin og luksus

Selv om sjokoladen ble lansert som medisin i Norge, ble den likevel raskt et luksusprodukt for den urbane eliten.



1900

Nasjonalromantikk

Norge i ferd med å frigjøre seg fra unionen med Sverige. Den unge nasjonalstaten søkte sin identitet. Det var minner om den svunne storhetstiden og referanser til den norske naturen som appellerte til massene:

Nye produktene fikk navn som Jarlen, Bispen, Domen, Fjeldsæter og Prillar Guri. Markedet økte, og diskusjonene om sjokoladens rolle ble flere. Både virkningene på folkehelsen og det moralske aspektet ble trukket fram.

1922

Luksusskatt- synd

Markedet økte, folk spiste mer sjokolade, og diskusjonene om sjokoladens rolle ble flere. Både virkningene på folkehelsen og det moralske aspektet ble trukket fram. Etter en stortingsdebatt ble det innført en luksusskatt på spis-
esjokolade på 33%

1930

Næringsmiddel

I harde økonomiske tider ble sjokoladebransjer rammet hardt. Mot-
trekket mot det luksusskatten var å markedsføre sjokoladen som et sunt næringsmiddel. Sjokolade ble derfor profilert som det billigste næringsmid-
dlet en mor kunne gi sine barn. Det ble også markedsført mot menn. Datidens samfunn hadde klare rollefordelinger og hjemmekos ble ikke ansett som mannens domene. Turen, derimot, ble et mannsideal. Roald Amundsen var et ideal og ble bukt i reklamer.

1949

Hygge

Harde etterkrigstider. Skatten ble fjernet. Sjokoladen ble nå til noe hyggelig alle fortjente å kunne kose seg med, ikke bare folk med mye penger.

I DAG

Små gleder i hverdagen.

Vi lever en nytelseskultur som "tillater" nytelsen som en form for sunn sjelelig pleie "fordi jeg fortjener det". De små hverdagssyndene kan tilgis. Fra sunt til synd til sunt? I dag er sjokoladens medisinske egenskaper igjen i søkelyset, og nå er vitenskapen med. Noen forskere peker i dag på sjokoladens høye innhold av antioksidanter som beskytter mot flere sykdommer. Andre på at dens sammensetning av fett og sukker som skal heve endorfin- og serotonnivået i hjernen og gi oss bedre humør.

KONKURRENTER

I følge Sjokoladeslottet er konkurrentene ikke nødvendigvis andre sjokoladeprodusenter, men alle type produkter som indirekte har til hensikt å yte positiv oppmerksomhet mot en annen person, gruppe eller selskap.



Siden Sjokoladeslottet startet opp i 2007 har det dukket opp en rekke sjokolademakere som vinkler seg inn på samme marked som Sjokoladeslottet. I denne analysen av konkurrenter har jeg først og fremst tatt for meg bedrifter som selger sjokolade/konfekt, siden de er den mest direkte trusselen og opererer i samme nisje marked som Sjokoladeslottet. Jeg har også gjort en overfladisk analyse av konkurransen på bedriftsmarkedet, som er et stort område. Det omfatter alt fra reklameartikler til glass fra Costa Boda.

Hvor står Sjokoladeslottet i markedet i dag? Bedriften var ved oppstart den første sjokoladebutikken på internett. Dette er ikke lengre tilfelle. Målet her er ikke kopiere konkurrentene, men å identifisere hull i tilbudet og ser muligheter til å bedre sjokoladeslottets opplevelse rundt produktet. Vi skal ikke falle i fella hvor vi tror at, fordi folk der ute gjør ting på en bestemt måte, er dette beste praksis. Vi skal ha i stedet ha fokus på differensiering og innovasjon. I denne oversikten har jeg gått ut fra bedriftenes informasjon på/via internett, der sjokoladen selges.

Hvor i landet konkurrentene til sjokoladeslottet er basert.

Sjokoladeslottet har et produkt som kommer på topp kvalitetsmessig i forhold til konkurrenter (av det jeg har smakt og observert og hørt). Sjokoladeslottet har bekymret seg over at sjokoladen har vært for høyt priset. Dette viser seg ikke å stemme. Undersøkelser viser at de er ikke de dyreste på markedet i forhold til kvalitet og mengde. Da Sjokoladeslottet startet opp, var det ingen andre som tilbød sjokoladeabonnement. Der har de også fått konkurranse. En annen bedrift som tilbyr abonnement tilbyr også andre sjokoladerelaterte kurs og smaking. Tilleggstilbud som passer til en som abonnerer på sjokolade. De har også satt sjokolade mer inn i tiden og fokuserer på nytelse.

Andre konkurrenter til Sjokoladeslottet er flinke å sette søkelyset mot opplevelsen av å nyte sjokolade. De fokuserer på smaker og opplevelse. Derfor følger de trendene i markedet mer. De arrangerer kurs i hvordan å lage og smake sjokolade. De gir god informasjon om produktet. Møtet med deres bedrift gjorde godt inntrykk. Fra jeg fikk pakken med smaker og informasjon og instruksjoner om hvordan jeg skulle smake osv. lærte jeg veldig mye. Sjokolade fikk en annen betydning for meg. Dette tilbyr ikke Sjokoladeslottet, og derfor kan produktet deres . Det gode produktet kan av den grunn bli litt oversett og ikke komme til sin rett i dette markedet.

Sjokoladeslottet baserer seg på en produktfamilie. Det eksiterer ingen prisvariasjon mellom produktene deres. Det har de fleste av konkurrentene. De har noe i enhver prisklasse, også dyrere produkter enn sjokoladeslottet har.

Når man går gjennom konkurransesituasjonen, kommer det klart frem at fordelene med produktet må fremheves mer. Sjokoladeslottet må kommunisere mer med brukerne sine og synliggjøre fordelene med produktet mer. De må også følge trendene i sjokolademarkedet. Surfe på den bølgen som passer målgruppen deres perfekt. Fremheve kvaliteten og smakene produktet har.

EMBALLASJE - KONKURRENTENE



Lofoten Sjokolade - Reflekterer Nord-Norge bra. Enkelt og litt rustikk.



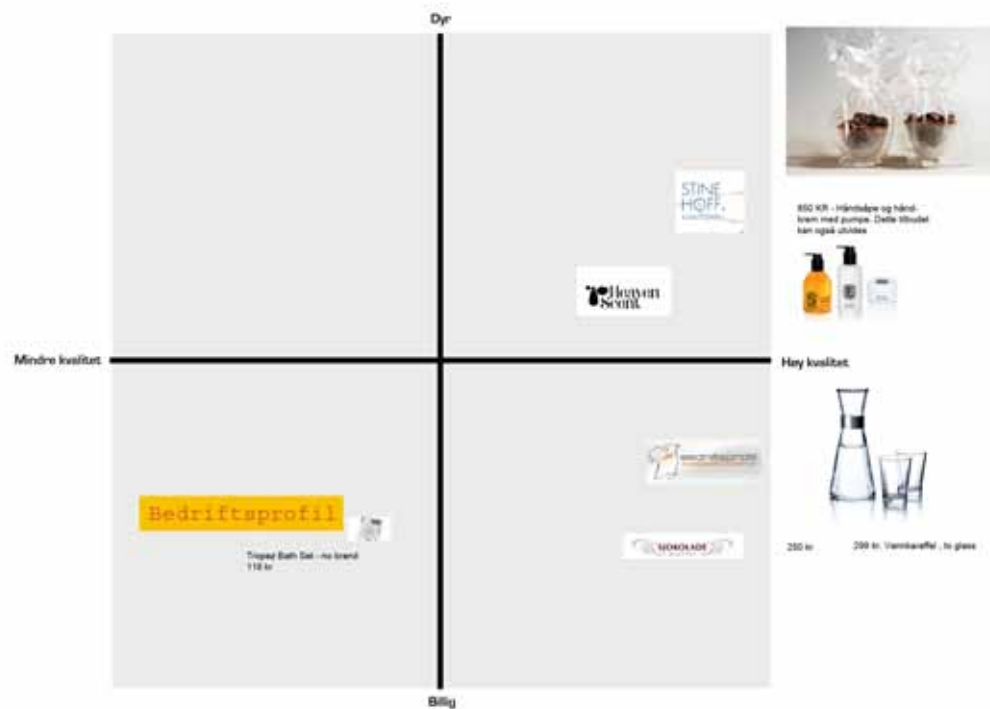
Nylig lansert konfektesker fra Pascal. Hver farge indigerer hvor mange sjokolader den inneholder.



Sjokolade fra Dragelade, som tilbyr Sjokolade abonnement.

Liten plastboks med sjokolade, men kommer med instruksjoner og smakekurs. En ekte sjokolademisjonær.





Konklusjon av konkurransen

Mange av konkurrentene som opererer i samme nisjemarked som Sjøkoladeslottet selger samme løsning som sjokoladeslottet. De har utviklet seg mer innen markedet og har både mer variasjon på pris og produkter (fra vanlig sjokolade til dyr konfekt). Prismessig ligger mange i samme sikte som sjokoladeslottet. Noen har også gått høyere i pris uten å ha den kvalitetsmessige tyngden som Sjøkoladeslottet har. De fleste har peilet seg inn på samme primære målgrupper som sjokoladeslottet. Privat, bedrift og abonnement. Men man kan se at konkurransen er større mot bedriftsmarkedet. De fleste har også flere ben å stå på når det gjelder utsalgssteder. De selger primært gjennom internett, men har enten eget utsalgssted eller samarbeid med andre utsalgssteder. De som satser på dyr konfekt har også lagt mer omhu i emballasjen. Noen spiller på lokaliseringen (Nord Norge) andre på opplevelsen som sjokoladen (smaken gir).

SWOT

styrker

Laget av naturlige ingredienser.
Produktet er laget av profesjonelle sjokolademakere.
Kvalitetsprodukt.
Sjokolade uten tilsetningsstoffer.
Ingen som har helt likt produkt.
Naturlig produksjon av matprodukter er en ledende trend i markedet
Produsert i lokalt.
Mer bevisste forbrukere (tilsetningsstoffer osv).
Sterkt og godt samarbeid til sjokoladeprodusenten.
Folk blir mer og mer bevisst på helse og sunnhet men også opptatt av å kose seg.
Nærhet til stort bedriftsmarked og privatmarked.
Sjokoladens usunne stempel blir mer og mer visket ut til fordel for helsegevinstene med antioksidanter og velvære. Forskingen støtter dette.
Folk ønsker å bli identifisert med verdiene i en merkevare.

muligheter

Skape bedre samarbeid mellom mat og reiseliv. Bli mer internasjonale
Opplevelse og marked nytelse samfunnet
Samarbeid med kafeer, resturanter og andre utsalgssteder.
Økonomisk vekst i Norge. Økt kjøpekraft.
Mulighet for nye målgrupper og markeder.
Stort fokus i media på helse og velvære.
Internasjonale muligheter.
Muligheter i kjedebutikkene.

svakheter

Mangler gode distribusjonskanaler.
Veldig avhengig av sjokoladeprodusenten.
Merket er relativt ukjent.
Ingen norske produsenter av enkelte råvarene.
Ingen utsteder for salg, bare salg over internett..
Vanskelig å beskytte forretningsideen (ingenting som hindrer lokale produsenter leverer direkte til utsalgssteder).
Enkelt å kopiere konseptet.

trusler

Matskandaler eller lignende hos sjokoladeprodusenten kan påvirke Sjokoladeslottet.
Borgerkrig, politiske motsetninger og religiøse forskjeller på elfenbenskysten, der kakaobønnen kommer fra. Kan presse prisene opp.
Vanskelig å beskytte forretningsideen (ingenting som hindrer sjokoladeprodusenten å leverer til lignende bedriftskonsepter. De store kjedene dominerer markedet. Og har lett for å ta over marked, billigere produksjon osv.
Dårlig lønnsomhet, prispress
Andre sterke aktører i markedet.
Svikt i rekrutteringen (restauranter og kafeer, utsalgssteder).
Uforutsette økonomiske nedgangstider.

BRUKEUNDERSØKELSE

For å få en ide om hva folk tenker rundt gavekjøp og sjokolade utformet jeg er generell brukerundersøkelse. Brukerundersøkelsen og svarene finnes i appendix 2 . Denne undersøkelsen ble laget tidlig i designprosessen og er bre brukt som base for noen av de senere undersøkelsene. Denne undersøkelsen tar i hovedvekt for seg gavekjøp og forholdet folk har til sjokolade som gave. Noen av de svarene jeg prøvde å få tak i var for å bekrefte tendenser vi kan se fra markedsanalysen.

36 personer svarte på undersøkelsen. 19 av dem var mellom 26 -35 år. 25 var kvinner. I korte trekk reflekterte undersøkelsen at emballasje er i stor grad og i noen grad viktig for helhetsinntrykket av gaven. Miljø (hva emballasjen er laget av) er for 47 % i noen grad viktig, mens for 32% i stor grad viktig. Merkevarer (relasjon til butikk, merke), er for 35% i noen grad viktig mens for 38% i stor grad viktig. Opplevelsen websiden gir deg av produktet websiden er for 47 % i stor grad viktig. Dette er mer viktig for menn som svarte på undersøkelsen. 23% sier det er i svært stor grad viktig (menn). 50% sier det er i svært stor grad viktig å vite hva slags smak du velger i en konfekteske men det for 44% er i stor grad viktig. 61% serverer konfekt fra esken, mens 32% sier det kommer an på esken.

I undersøkelsen hadde 44% hørt om sjokoladeslottet. 41% hadde ikke hørt om Sjokoladeslottet. Resultatet ga noen indikasjoner på brukeradferden men det åpnet for mange nye spørsmål. Som vi skal se nærmere på i observasjonstestene.

MENTALE MODELLER

For å forstå hva vi leter etter i brukerundersøkelsen og de viktigste utfordringene vi står ovenfor utfø samlet vi først sammen et panel som vi kunne utføre en forenklet versjon av Task-Based Segmentation på. Dette for å finne mer ut av målgruppen vi skal rette oss mot i de neste undersøkelsene.

Det er en effektiv teknikk for å finne og identifisere målgruppe-segmenter for undersøkelser. Metoden er basert på analyse av brukers oppgaver - trinnene folk tar for å oppnå sine mål. Det gir et solid grunnlag for konseptuell forskning, som er den beste typen forskning for utvikling, fordi det sikrer at brukere vil finne din produktfunksjoner intuitive, I følge Indi Young, grunnleggeren av denne metoden. og den er hentet fra hennes bok, Mentale Modeller.

I denne undersøkelsen tok vi for oss gavekjøp og sjokolade. Før, mens og etter.

1. Først sette opp hva vi gjør i en situasjon. Liste alle tingene vi gjør for å utføre dette, uansett hvor liten.
2. Gruppere de som er like i små grupper og gi dem en overskrift.
3. Ta overskriften av hver gruppe og liste opp personlighetstyper.
4. Krysse om denne personen er sannsynlig til å gjøre denne oppgaven (Appendix 3).

Kritikk

Jeg lærte mye av denne prosessen, men med flere deltakere fra andre områder, ser jeg i ettertid at det ville vært en effektiv metode. Undersøkelsen ble gjort tidlig i prosessen, og kunne derfor vært mer spesifisert. Et større team ville også vært en fordel. Vi var tre stykker, med forskjellig bakgrunn på denne kartleggingen.

Prosessten gav oss et godt bilde på målgruppen, men den kunne vært enda mer spesifisert.

MÅLGRUPPE OG PERSONAS

For å forenkle all informasjonen som har kommet frem om målgruppen, har jeg satt personlighet på den typiske kunden til Sjokladeslottet.

Kvinner 30-60 år , 2 barn, utdannet, god jobb, hovedsakelig bosatt på Østlandet. Kjøper mye til seg selv. Like å underholde, holde middagsselskaper, er opptatt av estetiske ting.

Mann, 30 – 60 år, kvalitetsbevisst, 2 barn, god jobb, bosatt hovedsakelig på Østlandet. Bedriftsleder, kjøper mye til andre. Har litt knapt med tid, så mye av innkjøp foregår over internett.

BRUKERENS BEHOV

Nå har vi sett på marked, trender og fått en ganske god forståelse av hvem målgruppen er til dette prosjektet. Nå er det på tide å gå inn på den delen der vi observerer og ser på hva og hvordan brukere selv oppfatter og samhandler med produktet. Å identifisere brukerbehov kan være komplisert fordi brukerne er forskjellige og har forskjellige behov, men jeg håper jeg at jeg kan få en enda mer kunnskap av hvem brukeren er og hvilken behov han/hun har.

Elisabeth

Alder: 42 år
jobb: Butikksjef, deltid
Familie: Gift, 2 barn
Inntekt 500 000



Elsker middagsselskaper. Har ofte andre over på middag. Elsker å sitte på kafe med venner når hun har tid. Opptatt av miljø, helse og følger trender. Unner seg selv ofte noe nytt.

Harald

Alder: 46 år
jobb: Bedriftsleder
Familie: Gift, to barn
Inntekt 800 000



Arbeider lange dager og har alltid dårlig tid.
Kjøper mye til andre men liker å gjøre det over internett for å spare tid.
Kvalitetsbevisst.
Trendbevisst.
Opptatt av helse og miljø.
Relasjonsbygger.

SJOKOLADESMAKING

Bruker og spørreundersøkelser kan gi oss en generell oppfatning av meninger og synspunkter. Gjennom observasjon av brukeren som samhandler med et produkt, kan vi derimot observere deres atferd. Derfor har jeg valgt å observere brukeren i forskjellige situasjoner mens de samhandler med produktet.

Appendiks 3 -Reportasje i Fit Living om sjokoladesmaking.



Fit Living

Observasjon av sjokoladesmaking. Observere kvinner som snakker om sin relasjon til kvalitetssjokolade og Sjokoladeslottets sjokolade. Observere bruk, reaksjoner på sjokoladen og emballasjen. Observere disse kvinnene i situasjonsrelatert miljø.

En flokk med damer ble samlet for å være med på sjokoladesmaking i anledning et intervju med livsstilsmagasinet Fit Living. Der gikk praten rundt sjokolade og smaker, oppfatninger og bruk. Damene var alle rundt 40 år og havnet midt i målgruppen til Sjokoladeslottet. Til daglig var den tradisjonelle melkesjokoladen det naturlige valget, men alle damene satte pris på kvalitetssjokolade. Den ble brukt i spesielle anledninger og situasjoner og bruken kan sammenlignes med god vin.

Konklusjonen var at i likhet med god mat og vin, ble denne sjokoladen satt frem på bordet i spesielle anledninger eller som belønning eller trøst til eieren. Smakene og at sjokoladen ikke inneholder tilsetningsstoffer ble høyt verdsatt.

En annen liten observasjon var serveringsproblemet. Når det ble flere enn tre stykker, måtte sjokoladen legges ut på egnet serveringsfat. Presentasjonen var høyt vektlagt hos disse kvinnene spesielt i en slik situasjon. Appendiks 4



EMBALLASJEN I DAG.

Observasjon og intervju med tre testpersoner som analyserer hele prosessen fra forventning av produktet til bruk av produktet ble gjort. Her finner vi svar på hva brukeren gjør og hvordan han/hun samhandler med produktet. Vi ser også på selve interaksjonen med emballasjen. I denne undersøkelsen ble også testpersonene oppfordret til å snakke om situasjoner, personlige erfaringer osv. Utvalgte kommentarer fra panelet:

Siden produktet til sjokoladeslottet er så spesielt tror jeg det vil komme mer verdifull informasjon direkte fra brukeren enn fra folk flest.

Nå skal vi se på **Interaksjonen med emballasjen**. Hvilke forventninger brukeren har før erfaring skjer til vurderingene de sannsynligvis vil gjøre når det er over.



Når du henter sjokoladeskjen din i postkassen er den liten og delikat. Med en klar logo på fremsiden. Pakken passer godt i en vanlig postkasse. (Ytteremballasje er ca 12 x 12 cm lang).

Kommentarer: "Flott Størrelse, den ytteremballasjen syns jeg var så liten og nett, det ser ikke ut som om det er mye inni. Ikke noe juks der."



Enkelt å åpne den esken. Den virkelige konfektesken stiger frem. **VINTERKOS**

Kommentarer: "Det er så flott med tittel på esken. Det elsker jeg. Dette var da en ekte vintereske."

kommentar 2: "Jeg syns det er litt mye skrift. Ikke et eneste bilde? Da må vi vente til vi ser sjokoladen."



Selve konfektesken er fin. Låsen på banderolen var løsnet da vi tok ut esken. Det ga et litt uferdig førsteinntrykk.

Når vi løfter esken ut av den ytre emballasjen, da ser vi den. Beskjeden vi var så opptatt av. Den ligger i bunnen av esken. Printet på en lapp som klisset på baksiden av et reklamekort

Kommentarene til den opplevelsen var litt dystre. Det kom frem at den kanskje skulle vært noe av det første de hadde sett. –
"Slik som på blomster du får levert. Du ser jo på kortet først gjør du ikke? Etterpå nyter du blomstene."



Panelet fant ikke diktet i esken som de var lovet med en gang

Kommentarer: "Skal vi ta av den? Hvor er diktet? Inne i esken? Under sjokoladen? Det var trykket på banderolen, som var bak på esken. Men vår de fant det kom det smil rundt munnen panelet."



Som sagt var låsen på banderolen løsnet da vi tok ut esken. Det ga et litt uferdig førsteinntrykk.

Detaljer lukkemekanismen på banderolen. Klistermerke med Sjokoladeslottets vanmerke holder banderolen sammen, samtidig som den fester banderolen til esken.

Kommentarer: "Er det meningen vi skal ta av banderolen. Den vil jeg beholde på hvis jeg skal sette bort esken. Det er jo den som er fin."



Alle delene vi fikk i esken.

Esken er vakker med fine glansete detaljer. Fargene representerer sjokolade. Banderolen er trykket på 160 gram, diamond white papir. En eske med banderole koster ca 20 – 25 kroner å produsere.

Kommentarer: "Fargene er fine, de reflekterer sjokolade og eksklusivitet. Blankt og matt trykk."

Kommentar: "Jeg elsker at det er mye å holde på med. Ikke bare en eske med sjokolade. Jeg likte at det var så mange deler. Da blir det mer spennende."

Sjokoladeopplevelsen var fantastisk!

Alle var enige!



For å lukke esken, var det kuttet ut en flapp på den ene siden du bretter ut når du åpner. Denne stakk du bare ned i et skåret hull på den andre siden.

Sjokoladen trer frem. Det er ingen oversikt over smakene (Nå skal det sies at da jeg bestilte var det problemer med produksjonen, så i et par dager ble det sendt ut sjokolade som ikke hadde sjokoladeslottets smaksspesifikasjoner). Oversikten over smaker på bilde over,. kommer fra en annen ca eske en mnd senere.

Fargene er fine, de reflekterer sjokolade og eksklusivitet. Blankt og matt trykk.

Esken gir et litt ustabil inntrykk. Det er ingen forsterkninger i bunnen. Så når du tar tak under esken, kan det kjønes ut som om bunnen kan gi etter.

Kommentarer: "Jeg syns esken er helt OK, men den reflekterer kanskje ikke så mye kvalitet. Litt tynt papir.

Den er også trykt på en klissetrelapp og gir ingen eksotisk smaksforventning.

Kommentarene til den opplevelsen med smakene var ikke helt overbevisende. Ellers var panelet fornøyd. De fikk se smakene etter hvert.

KONKLUSJON AV UNDERSØKELSER

Alle funnene fra undersøkelsene gir et ganske godt bilde av den videre utviklingsprosessen. Til nå har vi studert bruker, marked, livsstil, trender og preferanser for å få et godt grunnlag for videre utvikling. Brukere forandrer seg. Vi ser trender av at brukere blir mer sofistikerte og forventer mer av et produkt. Mye tyder på at enkelte segmenter av brukerne beveger seg bort fra billige og masseproduserte produkter. Miljø og sustainabilitet har blitt en trend innen produksjon og emballasje. (Packaging Trends, 2010, s. 1) Det virker også som om produktene må utmerke seg mer. Brukervennlighet og vanlig funksjonalitet har blitt en forutsetning og noe forbrukere forventer seg. Et slikt produkt må gi noe mer. Opplevelse.

Det er en kjennsgjerneing at når noe virker så legger vi ikke merke til det, men så snart det ikke gjør det, irriterer det oss. Vi kjøper mer enn bare et produkt, vi kjøper livsstil, merkevare. Hos sjokoladeslottet har vi fått bekreftet om og om igjen at det er et godt produkt. Sjokolade til anledninger med passende dikt, og mulighet til å personifisere gaven. Problemet er derimot at når analyserer brukeradferden, finner vi at det er elementer med opplevelsen rundt sjokoladen som forstyrrer og topp opplevelsen forsvinner.

Derfor må vi gjennom emballasjen få klarere frem brukerbehovene til de aktuelle produktene, det vil også styrke produktet i markedet.

02 KRAV OG KONSEPTER

HVA JEG VIL OPPNÅ MED NY EMBALLASJE

Bedre informasjon om produktet. Smaker, miljø, historie. De fleste brukere vil vite mer om produktet. Hvorfor det er så bra, hvorfor kvaliteten er bedre enn andres osv.

Fokusere på de gode egenskapene produktet allerede har.

Mer informasjon om ingredienser og fokus på de positive aspektene. Reflektere sjokoladen, lage positive assosiasjoner med sjokoladen.

Bedre informasjon om smaker og assosiasjoner med opplevelse og velvære.

Mer tilgjengelighet på produktet.

Mer produktvariasjon fra Sjokoladeslottet og utvide produktvariasjonen til målgruppen.

Utvide målgruppen med et nytt segment.

Visuelt og funksjonelt tiltrekke seg positiv oppmerksomhet.

Fokusere på brukeren ved å:

Fremheve produktet mer gjennom informasjon og emosjoner rundt handlingen og situasjonen rundt produktet.

Skille seg ut fra andre konkurrenter i situasjonen den er presentert.

Engasjere brukeren i interaksjonen med produktet.

Reflektere mer enn bare "spise øyeblikket," men også hele opplevelsen som før og etter.

Reflektere kvaliteten på sjokoladen i materialer.

Reflekter Sjokoladeslottets gode miljøhensyn.

Følge trender som er viktig for målgruppen,- opptatt av velvære.

KRAV TIL EMBALLASJEN

Emballasje spiller in kritisk rolle og berører livene til oss alle daglig. For bedrifter er emballase merkevarebyggende, kan øke salget og kutte kostnader.

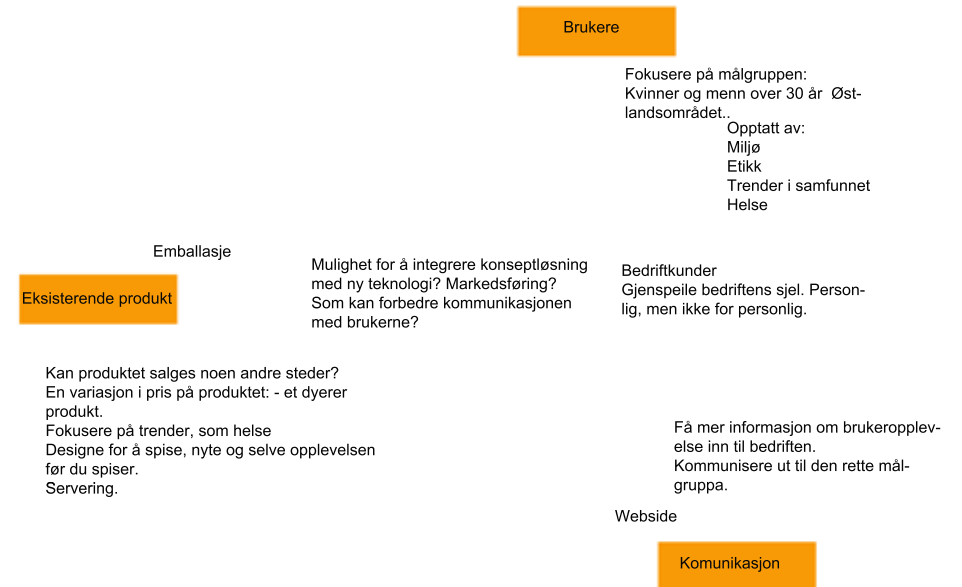
Av alle undersøkelsene vi har gjort av nåværende situasjon, marked og bruker, skal jeg nå definere kravene til emballasjen jeg skal lage.

BEDRIFTSKRAV

Pakningen skal reflektere Sjokoladeslottets merkevare, og klart og tydelig vise hvem som er avsender. Sjokoladen kommer ferdig fra sjokolademakere i plastformer på 4 og 16 , så pakningen må passe disse. Det er ikke mulighet for øyeblikket å utfordre designen på plastformene.

Sjokoladeslottet har begynt å få anerkjennelse for sitt visuelle uttrykk. Det er viktig at eventuelle andre produktlinjer gjenspeiler den visuelle profilen. Firkantformen er også ønskelig å ta med seg til andre produktlinjer.

Kunden må gjenkjenne merkevaren (logo, vannmerke må være klar og tydelig).



OBLIGATORISKE KRAV

Beskytte sjokoladen og bringe den hel og i god hygienisk tilstand frem til forbrukeren.

Bevare smak og aroma. Det materialet som ligger nærmest sjokoladen må ikke avgi lukt og smak til produktet, og fett ikke skal trenge gjennom det.

Kan åpnes og eventuelt lukkes igjen av brukersituasjonen.

Eskene/ pakningene må kunne stables oppå hverandre for å ta minst mulig plass under transport. Og de må kunne tåle vekten av hverandre.

DESIGNKRAV

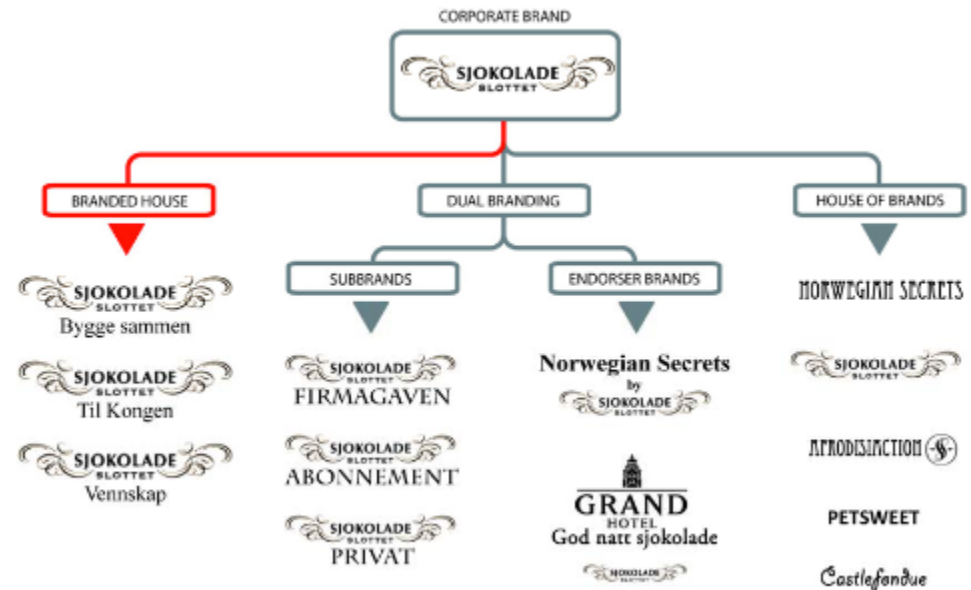
Designets grunnleggende oppgave er å gi Sjokoladeslottet en tydelig og distinkt visuell profil med klar differensiering fra øvrige konkurrenter.

- Designen skal skape oppmerksomhet og stimulere sansene.
 - Designen skal bekrefte at kunden har gjort et riktig valg.
- (Taktile kvaliteter og teknisk emballasje, historier som beveger).
Wow faktor - dette er noe helt spesielt.

Budskap: (Hva skal designet fortelle om selskapet/ merket)
Genuint opptatt av sjokolade og sjokoladefaget, ektefølt glede over å glede andre, garantist for kvalitet .

Designbare verdier: (Med hvilke verdier skal designet fortelle sitt budskap) Kontrastrik , Overraskende , Eksklusiv , Håndlaget
Tone-of-voice: Kunnskapsrik (fag, kultur, kulinarisk opplæring, informasjon) Historieforteller/Inspirerende

Håndlaget konfektsjokolade er i en moderne kontekst knyttet til klare visuelle signaler. På lik linje med kaffe og te, vin, whisky og sigarer er opphav, historien om råvarer, produksjon og optimalisering gjennom generasjoner er garanti for at du kjøper noe helt unikt. Sjokoladeslottet låner stemme både fra norske folkeeventyr og den moderne prinsessen. Tradisjonsrik men lever i en moderne hverdag.



MØTE MED SJOKOLADESLOTTET

Basert på funn av forskningen jeg opp noen ideer til mulige konsepter. Helt siden jeg gikk inn for å samarbeide med sjokoladeslottet har det vært viktig for meg at beslutningene jeg tar samsvarer med realiteten for utvikling av produkter for sjokoladeslottet. På møte med Sjokoladeslottet den 06.04.2011 gav jeg et kort sammendrag av funnene mine og hvordan jeg så utviklingen fremover.

Vi ble enige om å gå for et kafé konseptet for å øke salg utenfor internett og videreutvikle firebiter-esken, som ikke selger på internett. Et nytt dyrere produkt som ikke nødvendigvis har noe med anledninger og gaver til anledninger å gjøre var også en interessant videreutvikling, et produkt som retter seg mer mot selve spisingen og nytelsen av sjokoladen. Og som kan få sjokoladeslottet opp i pris for å reflektere kvaliteten på produktet. Jeg vil utvikle et produkt for Kafé restaurant (pakning til eksisterende produkt) og se på utviklingen av et dyrere produkt for å øke produkt variasjonen litt.

Vi ble enige om å la være å gjøre noe med den eksisterende produktfamilien. Den har i det siste begynt å opparbeide seg gjenkjennelse og ansiennitet. Det ville ikke være hensiktsmessig eller i Sjokoladeslottets interesse å forandre på dem nå i dette øyeblikket. Da er det mer interessant å tilføye "tilleggsprodukter".



Hvor er det strategisk mest viktig å redesigne?

BRUKEROPPLEVELSE

Det finnes mange typer opplevelse . Positive , negative og ordinære. Hvis vi tar de negative eller ordinære opplevelsene og designer til positive, får bruker en positiv assosiasjon med bedriften også. I emballasjen vi skal utvikle skal vi prøve og gjøre nettopp det. Jeg vil at brukeren som har spist sjokolade fra sjokoladeslottet skal lukke esken og fått et godt inntrykk av hele opplevelsen. Fra han kjøpte den til han kastet emballasjen. Opplevelse er emosjonelle.

Emotion (emosjoner)

Vi opplever, oppfatter og ser ting hele dagen lang, men vi kan ikke til enhver tid være oppmerksom på alle inntrykkene vi får presentert. Opplevelsen av et produkt oppleves ikke i et øyeblikk skilt fra resten av tilværelsen. Den er under konstant forandring avhengig av brukerens situasjon og stadige forandring og brukssituasjon. Emballasjen vi skal lage. Siden alle sensoriske stimulanser vil påvirke hvordan vi opplever et produkt blir opplevelsen av produktet bedre hvis vi designer for situasjonen brukeren bruker produktet i.

Emosjoner i design

Donald Norman (f. 1935) professor i kognitiv vitenskap ved University of California, San Diego, og professor i Computer Science ved Northwestern University. Han er også grunnlegger av Nielsen Norman Group, et konsulentselskap som rådgiver næringslivet.

Bevisste og ubevisste emisjoner.

Psykolog professor og adferdsforsker, Donald Norman forsøker å identifisere brukerens emosjonelle forbindelse til objektet. Han har utviklet en modell som beskriver hvordan menneskets prosesser av input fungerer på tre ulike kognitive nivå. Denne modellen mener han gir oss en dypere forståelse av hvordan emosjonelle inntrykk påvirker vårt forhold til objekter.

1. Intuisjonsnivået (visceral)
2. Atferdsnivå (behavioral)
3. Refleksjonsnivået (reflective)

INTUISJONSNIVÅ (VISCERAL), - DET AUTONOME

Intuisjonsnivået baserer seg på de mest grunnleggende kretsløpene i hjernen. Brukeren et førsteinntrykk av et produktets utseende. Hjernen analyserer produktet, og går til handling uten å reflektere over dette.. Brukeren vurderer ikke konsekvenser. Refleksjonene på dette nivået er i utgangspunktet biologiske. Man reagerer automatisk. Det er her de fysiske trekkene dominerer. For eksempel utseende, taktilitet og lyd.

På dette nivået står den estetiske tiltrekningskraften sterkt. Prinsippene som ligger i begrepet Visceral design er universale og uavhengig av kultur eller menneske. Design som følger Viscerale prinsipper med et enkelt formspråk er attraktivt for de fleste. På dette nivået er nivået er responsen ofte rask og direkte.

ADFERDSNIVÅET

Atferdsnivået er heller ikke bevisst. Det baserer seg på erfaring. Vi tilpasser vår oppførsel gjennom analyse av situasjoner.

Adferdsnivå fokuserer ene og alene på det funksjonelle perspektiv. I følge Norman spiller det logiske aspekt liten rolle. (Norman , 2004, s. 68) For å designe et vellykket produkt for denne dimensjonen, må man skape adferdstilpasset design kjennetegnet av fire komponenter.

Disse er funksjon, forståelighet, brukervennlighet og taktilitet. (Norman, 2004, s. 71)

Norman mener at det funksjonelle aspektet er det viktigste, altså det primære. Han påpeker også at produktets funksjon kan være estetiske. Det neste er forståelse. Man må forstå produktet for å bruke det. Et godt produkt bør til en viss grad være selvforklarende.

Tredje komponent er brukervennlighet, et kompleks tema som har flere perspektiv. Selv om et produkt er både funksjonelt og forståelig, er det ikke dermed sagt at det er brukervennlig.

Fjerde komponent er taktilitet. Vekt, tekstur og overflate, Det taktile blir viktig for den fysiske følelsen av produktet.

REFLEKSJONSNIVÅ

Til sist, finner vi refleksjonsnivået. Vi lærer av våre erfaringer, analyserer, og kommuniserer disse til andre. Menneskesinnets høyeste nivå er dermed ifølge Norman det reflekterende nivået. (Normann, 2004, s 22) Her reflekterer mennesket over sine egne handlinger, her læres nye konsepter.

PERSUASION (overtalelse)

Persuasion design er å designe for overtalelse, er et veletablert uttrykk i markedsføring og reklamebransjen. Å designe for overtalelse har utviklet seg i takt med teknologien. Nå har teknologien åpnet dører for utallige muligheter innen persuasion design. Og det åpner opp for mange nye markedsfordeler. Det påvirker folk og kan forandre folks adferd.

Men vi trenger en forståelse av brukerens emosjonelle utløsere.

Dr BJ Fogg is direktør på Stanford University Persuasive Technology Lab, har forsket en stund på hvordan man bruker teknologi til å forandre brukers atferd. Han har utviklet en atferdsmodell som designere kan bruke for å kartlegge hva som stopper brukeren i å utføre atferd som vi prøver å oppnå.

Han forklarer det slik:

Det er tre hovedårsaker til at brukere ikke gjør som designere har prøvd å oppnå.

lack of motivation (mangel på motivasjon)

lack of ability (mangel på mulighet)

lack of a well-timed trigger to perform the behaviour. (mangel på en utløser av atferden i rett tid).

Men dagens konsept kunne sjokoladeslottet bruke denne metoden med å "trigge" kundene deres ved for eksempel ta i bruk teknologi. De kunne ha gitt eksisterende kunder en tjeneste om å holde orden på bursdager, anledninger osv. Da ble det sendt en tekstmelding til brukeren noen dager før anledningen, og brukeren behøvde å svare ja på meldingen, så ordnet Sjokoladeslottet resten. Gave og kort i posten på "rette" dagen. En enkel løsning for den travle businessmann.

03 KONSEPUTVIKLING

KONSEPT 1

Beslutningen om det første konseptet ble tatt på grunnlaget av behovet for Sjokoladeslottet å komme seg mer ut i markedet, med flere steder å selge. Jeg bestemte meg for å et kafé/restaurant konsept., da dette også er et veldig realistisk konsept å få realisert. Det er assosiasjoner med mat/nytelse, mange utsalgsmuligheter og det går utenfor gavemarkedet, men når en bred målgruppe. Basert på forskningen i kapittel 1, var det klare indikasjoner på at dette også er interessant for forbrukerne. Jeg tok et par telefoner til kafé innehavere og det kom også positive tilbagemeldinger. Mange Kafeer tar også inn andre varer (bl.a gaveartikler og artikler relatert til spesielle anledninger, så det er også en mulighet til at standard esken til kan bli solgt der).

Jeg bestemte meg for å viderutvikle 4-biters esken. Dette er en eske som sjokoladeslottet enda selges, men den selger ikke særlig bra.

KONSEPT 2

Beslutningen for konsept 2 var å få Sjokoladeslottet opp på nivå med de dyreste sjokoladeproduktene i markedet og ta tilbake plassen i markedet som den konfekt leverandøren med mest eksklusiv sjokolade produkt. Dermed ble det en dobbeleske som ikke eksisterer for øyeblikket, men som består av to lag med sjokolade. Denne beslutningen ble også basert på målgruppens sosialiseringens mønster. Dobbelesken med sjokolade er etterlyst til situasjoner som for eksempel å servere gjester hjemme, enten til dessert eller til kaffen. Den skal vises frem og som vi fant ut av undersøkelsene, det er øyeblikket før du spiser sjokoladen som er viktig. Her skal det diskuteres, kommenteres først, deretter skal det sammenlignes og evalueres. Her blir smaker en viktig ingrediens.

KONSEPT 1 - Kafe

En emballasje som kan assosiaere sjokoladen med et alternativ til kake og sitte ned å spise. Det skal ikke være assosiasjoner til sjokolade i seg selv, som kan indikere "spise i farta" eller en sukkerbit til kaffen.

Opplevelsen vi er ute etter her er nytelse i spiseøyeblikket. At brukeren setter pris på øyeblikkene før han/hun spiser selve sjokoladen. Når de sitter ned på kafé eller spiser dessert på restaurant. Tid til å nyte sjokoladen og følelsen av velvære.

Dette konseptet skal sette sjokoladen (konfektsjokoladen på samme hylle som kaker og desserter, ikke den lille sjokoladebiten ass. Sukkerbit. Samtidig som om den skal bli assosiert med Oppbevaringstiden på sjokoladen er 6 uker, så det er også et produkt som ikke må bestilles nytt inn hver dag og derfor minsker kan det minske svinn.

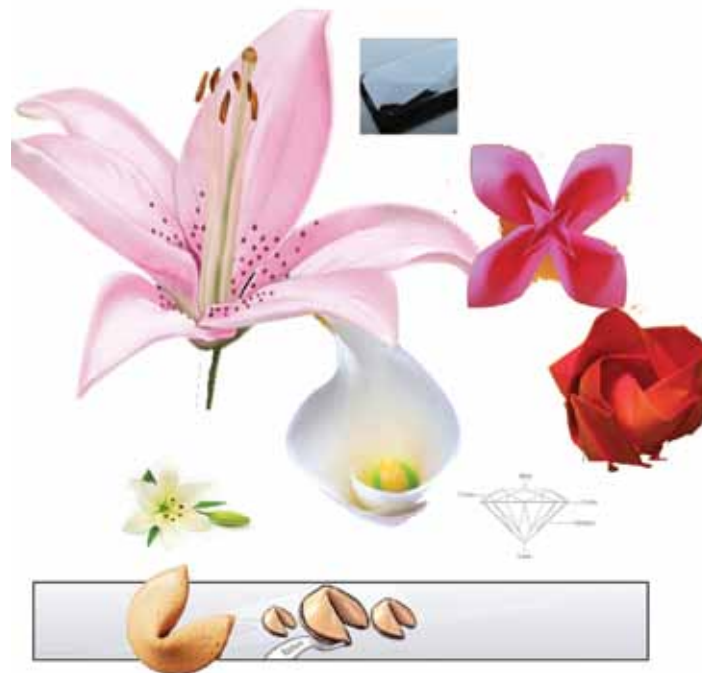
Kakedisk der sjokoladen vil stå



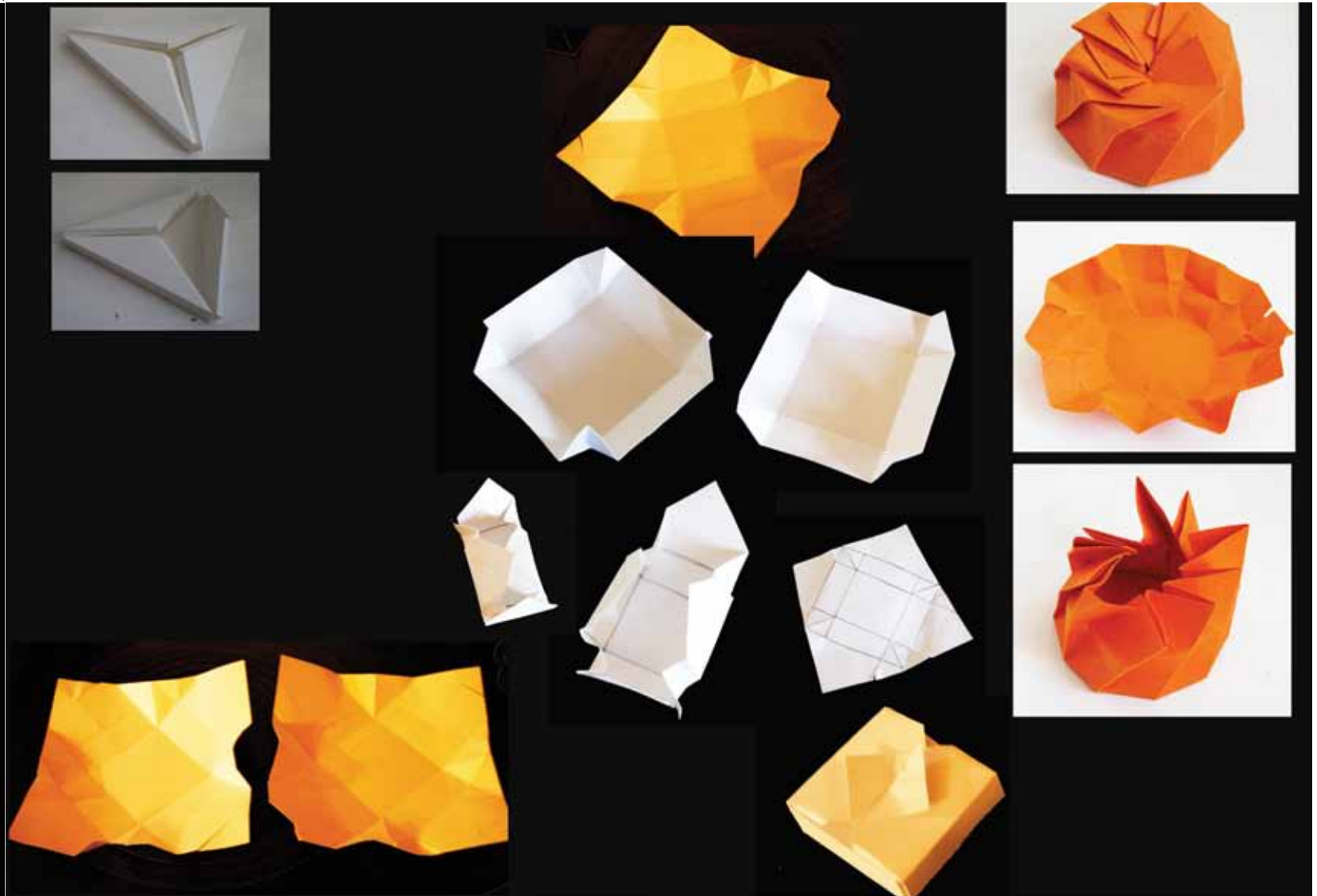
INSPIRASJON

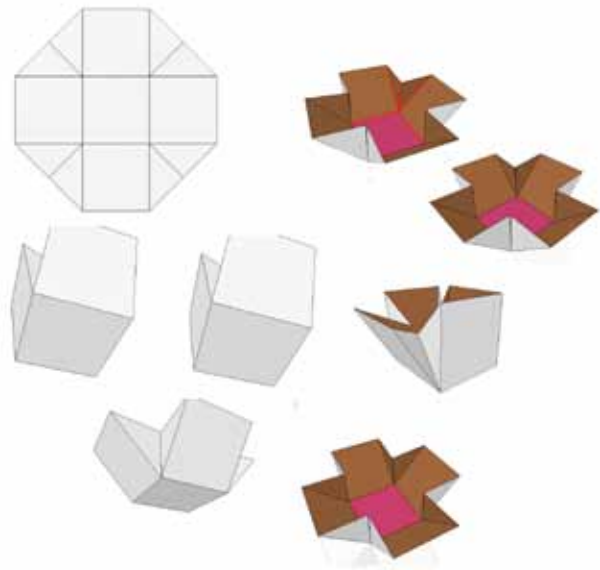
Jeg ble inspirert av blomster og liljer spesielt. Som åpnes, brettes ut og blir til noe annet. Jeg ble også inspirert av lykkekaker. Noe de skal åpne en gang og inni er det en liten beskjed.

Jeg liker også cupcake ideen hvor dekorasjonen er veldig staselig, og kan forandres etter situasjon.



PRØVEBRETTING





KONSEPTUTVIKLING TIL KAFE

REALISTISK Å UTFØRE

Beslutningen om det første konseptet ble tatt som sagt basert på grunnlaget av behovet for sjokoladeslottet å komme seg mer ut i markedet, med flere steder å selge sjokoladen sin. Kafekonseptet er et realistisk konsept for Sjokoladeslottet å få gjennomført. Det er assosiasjoner med mat/nyttelse, mange utvalgsmuligheter og det går utenfor det tradisjonelle gavemarkedet, men når en bred målgruppe.

NYTT MÅRE FOR ESKE SOM IKKE SELGER

4 biters eske.

Jeg ville ikke at produktet skulle selges som "sjokolade". Satt frem på en disk eller hylle og bli oversett på vegne av de mange andre fristelsene en kafé har å by på. Jeg vil at produktet skal appellere til folk som kommer på kafé for å sitte ned, spise, eller drikke kaffe. Dette er en sosial situasjon. Vi går på kafe for å være sosiale.

Oppbevaringstiden på sjokoladen er 6 uker, så det er også et produkt som ikke må bestilles nytt inn hver dag og derfor kan minske svinn.



KAKE MARKEDET

Et alternativ til kake med assosiasjoner til kake og sitte ned å spise. Ikke assosiasjoner til sjokolade i seg selv, som kan "spises i farta" eller som en sukkerbit til kaffen. Dette skal reflekteres gjennom emballasje. Jeg helst holde meg til en smak i hver eske, som en porsjon kake.

Basert på forskningen i kapittel 1, er det klare indikasjoner på at dette også er interessant for forbrukerne. Jeg snakket med par kafé innehavere og der kom også positive tilbagemeldinger. Mange kafeer tar også inn andre varer, som de selger ved siden av og det åpner da også muligheten for at original esken kan bli solgt der).

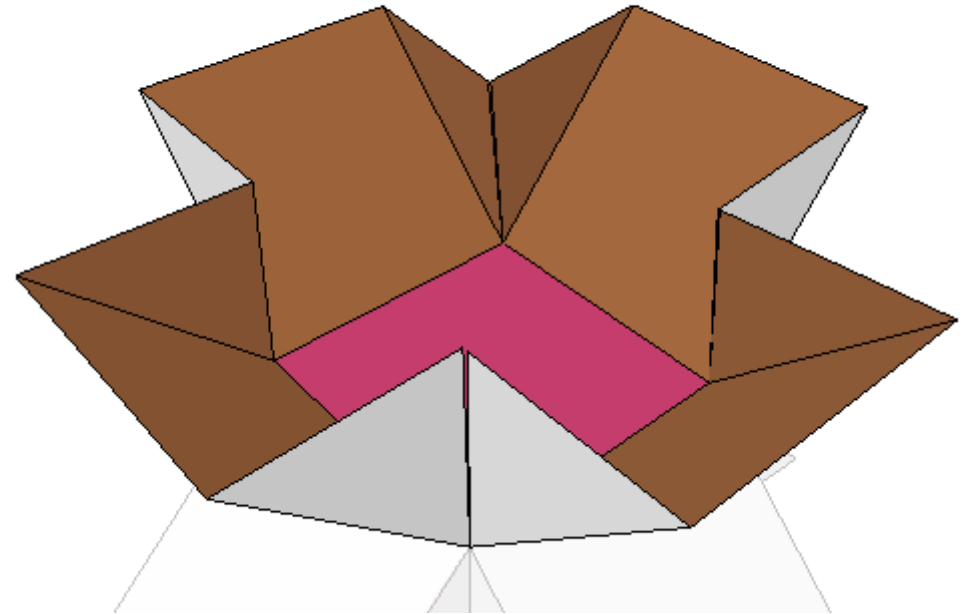
OPPLEVELSEN

Opplevelsen vi er ute etter her er nytelse i spiseøyeblikket og kjøpsøyeblikket. At brukeren setter pris på øyeblikket før han/hun spiser selve sjokoladen. Når de sitter ned på kafé eller spiser dessert på restaurant. Dette konseptet skal sette sjokoladen (konfektsjokoladen på samme hylle som kaker og desserter, ikke som en liten sjokoladebit (sukkerbit)). Vi legger hovedvekten på spisingen av sjokoladen. Spising av sjokoladen i miljøet: kafé. Sjokoladen skal spises i, mest sannsynlig, en engangs situasjon. Hver person kjøper hver sin "bit".

FORM

Firkant formen er standard for sjokoladeslottet. Eskene og sjokoladen følger denne formen. Så firkanter i denne sammenheng assosieres til sjokoladeslottet.

Den første ide fasen kom til a brukeren skal kunne åpne og inne i pakningen og opplevelsen med selve åpningen og spenningen må fremheves. Estetiske som en lilje og forventningsmessig som en kinesisk lykkekake. Også låsmekanismen behøver ikke nødvendigvis å kunne blir lukket igjen da esken er en posjonseske, med intensjonen av å bli spist opp med en gang.



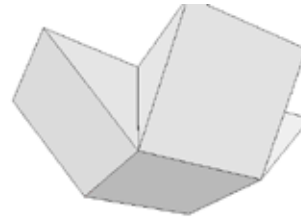
PRØVEBRETNINGER

SKISSER OG IDEER

Beslutningen ble lagt på at pakningen i seg selv skal fungere som en "tallerken" eller serviett, spisebrikke.

Vi har et fokus på miljø og gjøre ting enkelt både for brukeren og de som jobber i kafeen/ restauranten. Pakningen skal inneholder minst mulig deler slik at å sette sammen er enkelt og ikke krever lim. (også for miljøet). Et klistremerke med vannmerke til sjokoladeslottet skal kunne fungere som forsegling av varen.

Jeg vil også begrense antall deler . Ideelt skal det gi minst mulig ekstra emballasje i form at et lokk. Idealet er også å komme frem til en firkant form som reflektere de andre sjokolade eskene til Sjokoladeslottet.



Salgsøyeblikket

Utenpå må esken gjøre jobben som å få oppmerksomhet til kunden, og være visuelt tiltrekkende for kjøpeøyeblikket.

Etterpå vil jeg at esken skal ha funksjon som underlag for å spise kaken på. Utfordringen var å få brettet en eske av en firkant.

Jeg bestemte meg for å prøve å gi assosiasjonen til en serviett. Ikke nødvendigvis en tallerken, det er ikke strengt tatt nødvendig, men en eksklusiv serviett type assosiasjon.

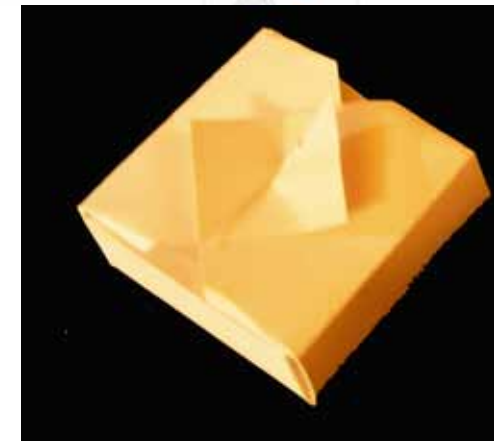
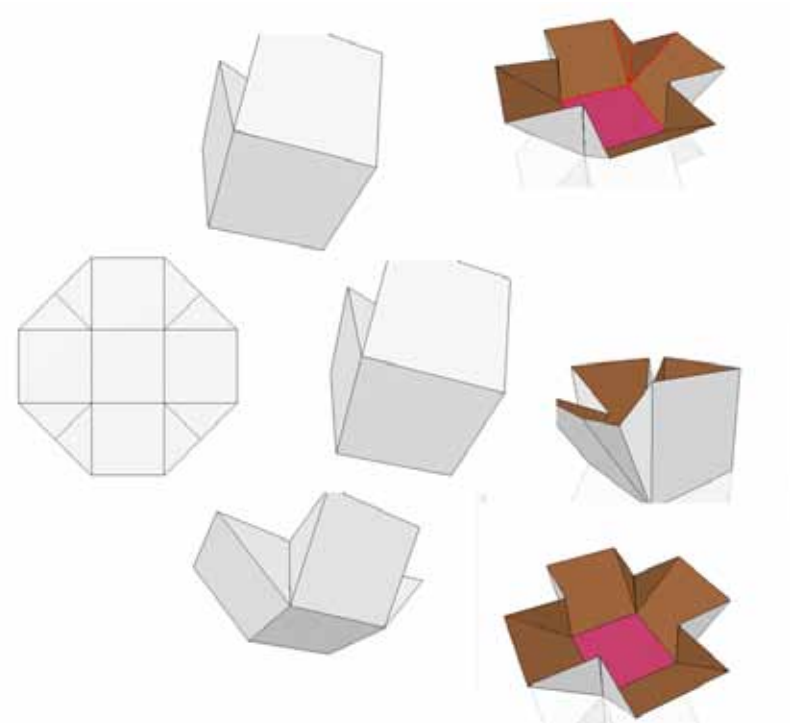
Multifunksjon

Esken skal være multifunksjonell. Den skal transporteres til utsalgsstedet, den skal selges og den skal fungere som en "serviett" underlag for spising.

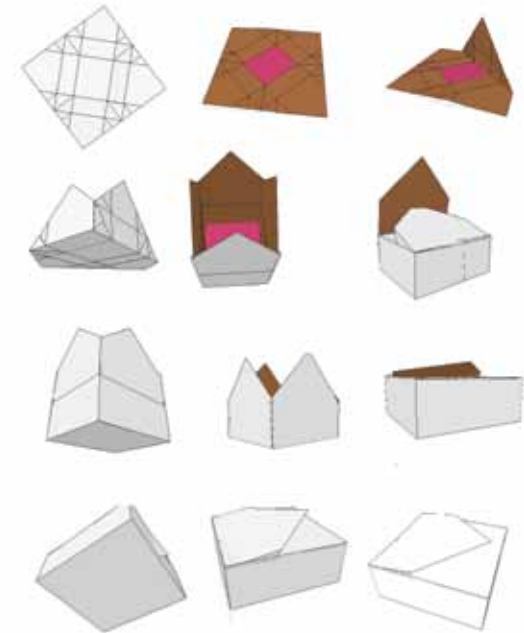
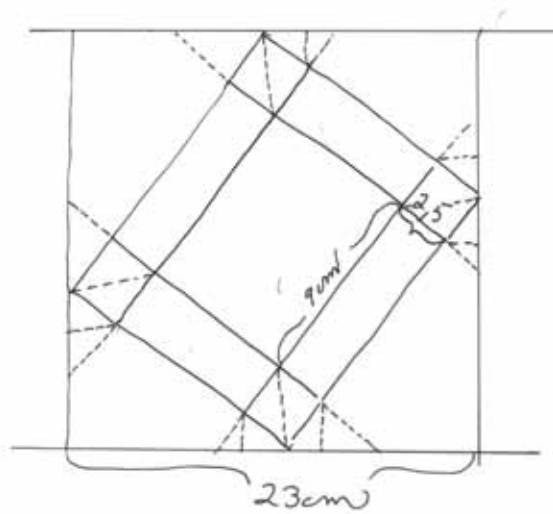
Esken skal ikke ha lakk. Alt material skal brukes. Tekst og informasjon kan skrives inne i esken. Lukkingsmekanismen behøver ikke å kunne lukkes igjen.

Jeg vil at esken skal være mest mulig miljøvennlig, derfor skal vi ikke bruke lim og det må være minst mulig avskjær i produksjon.

Flatpakkes før og etter bruk, Miljøspasrende på oppvask for kafeen.



Resultatet ble denne esken.



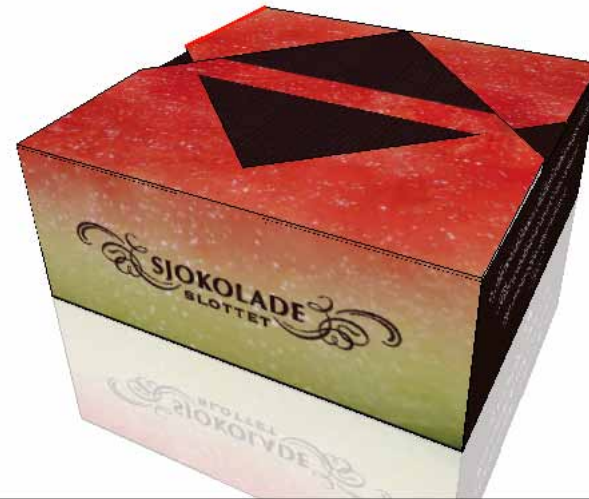
Etter mye bretting ble dette resultatet. Esken har alle funksjonene som var målet. 300 g er for tykt. Helst skal det være resirkulert papir.

Persuasion (Overtalelse)

Persuasion design handler ikke om å lure noen til å kjøpe, det handler om å gi de riktige valgene og informasjonen så valget kan tas. Det handler om å forstå brukerens prosess når han skal ta et valg. I produktet skal vi bekrefte at det rette valg er tatt.

I tilfelle med kaféesken bruker vi overtalelse både i funksjon og det visuelle. Vi overtaler gjennom emballasjen. Det første esken skal gjøre er at den skal selge ved siden av kakene i kakedisken. Pakningen er på størrelse med et kakestykke, det forteller at dette er i kakekategorien, i samme prisklasse som og like mye verdt som et kakestykke. Det neste vi oppfatter er bilde av frukten. – og i kakedisken blir det et element som skiller seg ut og der med tiltrekker seg oppmerksomhet. Dette er også fordi den spiller på farger som til fanger oppmerksomhet ganske fort. I forhold til kakestykkene sier vi med bildebruken og designen på esken, at dette er i kake kategorien, men det er sunnere. Pakningen motiverer til salg. Pakningen gjør produktet og gjenspeiler de allerede gode kvalitetene på sjokoladen så den kommuniserer budskapet. Ved å tilføye "Naturlige ingredienser". bekrefter vi dette også med ord. Produktet vil ikke assosieres med fett og sukker, men med frukt og velvære. Motivasjonen (motivation) til å spise sunt har allerede målgruppen vår. Og dette er stedet de har muligheten (ability). Da påvirker vi brukeren til å forandre vi atferd. Vi gir også brukeren en motivasjon til å prøve andre smaker, derfor en smak (som en type kake) i hver eske. Ved å gi informasjon i esken gir vi også brukeren muligheten til å utforske dette tema på hjemmesiden og lære mer om bedrift og produkt.

Den første funksjonen til esken blir dermed en intuitiv, estetisk funksjon: å tiltrekke seg oppmerksomhet, være attraktiv (Norman 2004).





KONSEPT 2

Fokus på smaker

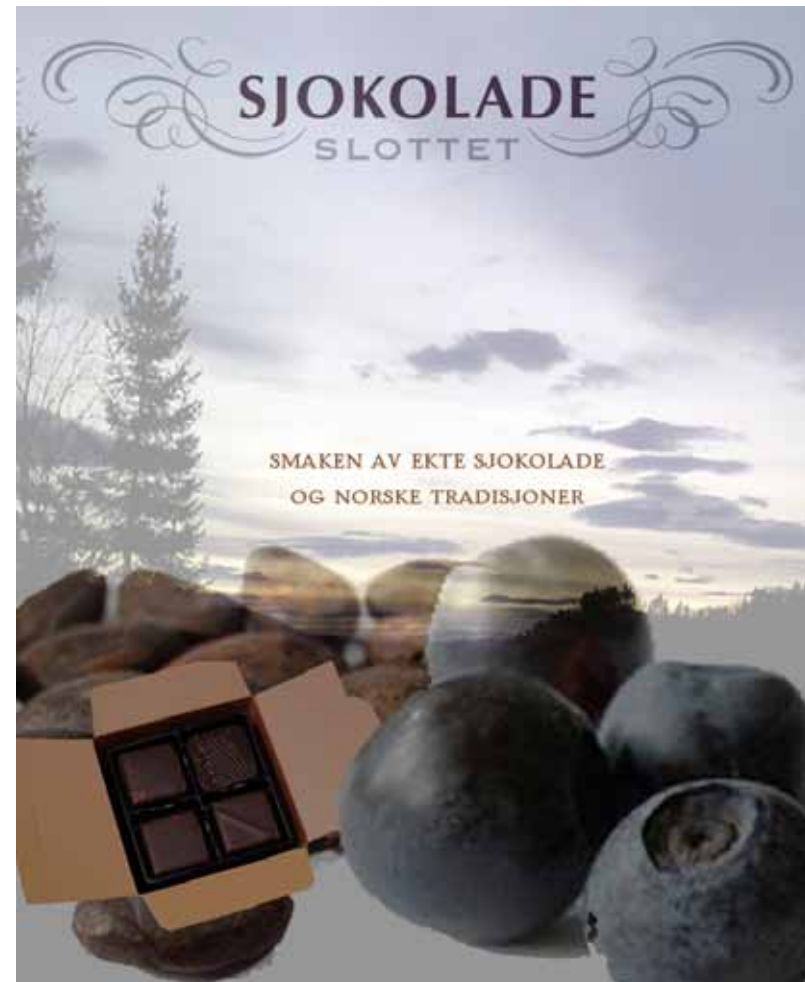
Forventningen før vi spiser denne sjokoladen er bevisst gjennom flere bruker observasjoner og i dette tilfelle er det mange ganger nesten halve opplevelsen og den veldig emosjonell. Vi ser, lukter og leter etter visuelle tegn på hvilken sjokolade som smaker hva. En litt spennende situasjon. I andre Sjokoladeesker er enten smakene trykket på et separat ark eller inne i esken.

Sjokoladen til sjokoladeslottet gir ingen klare signaler til brukeren om dens innhold eller smak. Eskens innhold av smaker trykket på en hvit klissetype med en beskrivelse av sjokoladen og smaken (lys med en stripe: bringebær). Fig....

Konsept 2 skal vil jeg snu denne opplevelsen til noe mer fristende og spennende.

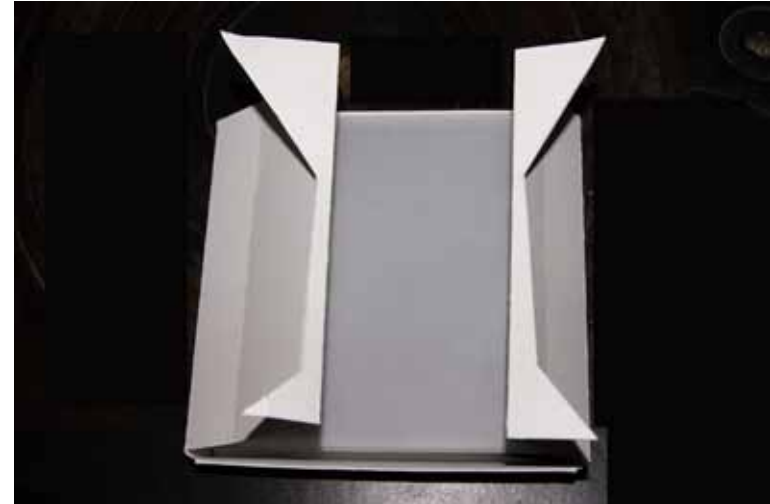
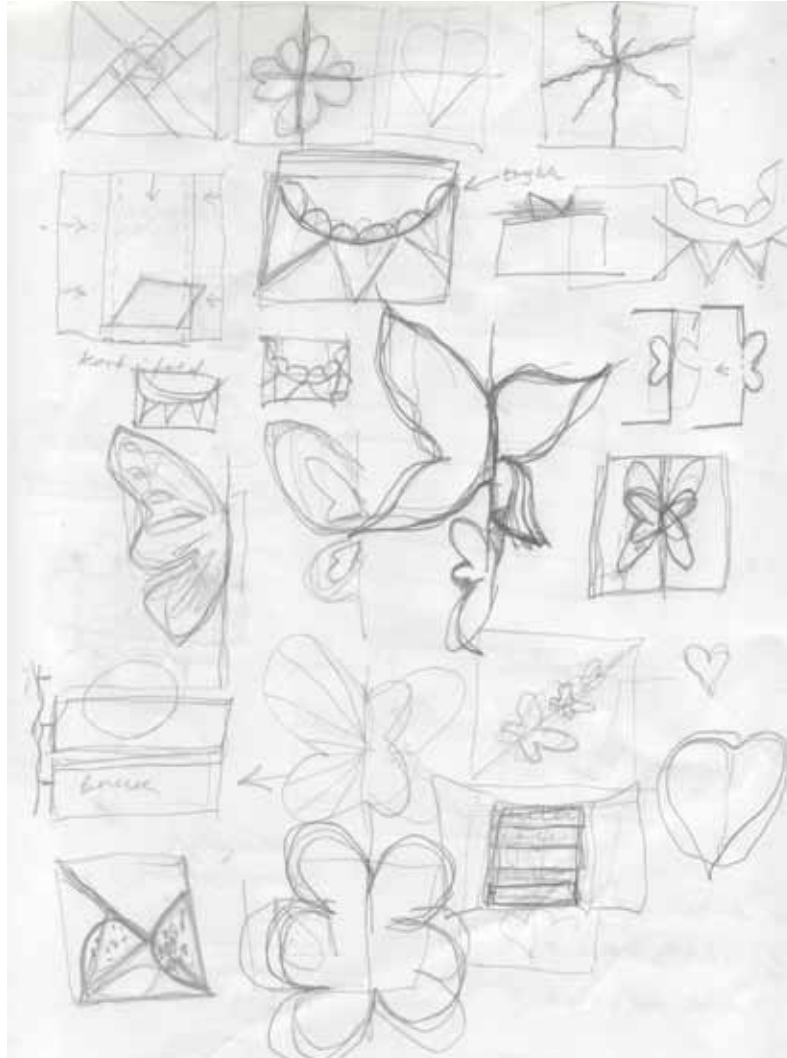
Designen på den tradisjonelle esken er som sagt en standard eske og det er banderolene rundt esken for forandrer uttrykk etter anledning. Dette konseptet må gjøre noe av det samme, siden vi kan ha flere variasjoner av tema her også. Eskene skal være like, men her skal vi elementet som banderolen utgjorde inn i esken. Så all informasjon blir lagt inne i esken. Dermed kan smaker og tema forandre seg lett uten å behøve nye esker.

Jeg vil også at smakene skal direkte knyttes til sjokolade derfor lager jeg små hull for å lede brukeren rett til sjokoladen med smakene ved siden av. Arkene er festet under sjokoladeformene slik at de henger fast og ikke er løse. Bruker bare bretter dem vekk.



KONSEPT 2

Utvikling



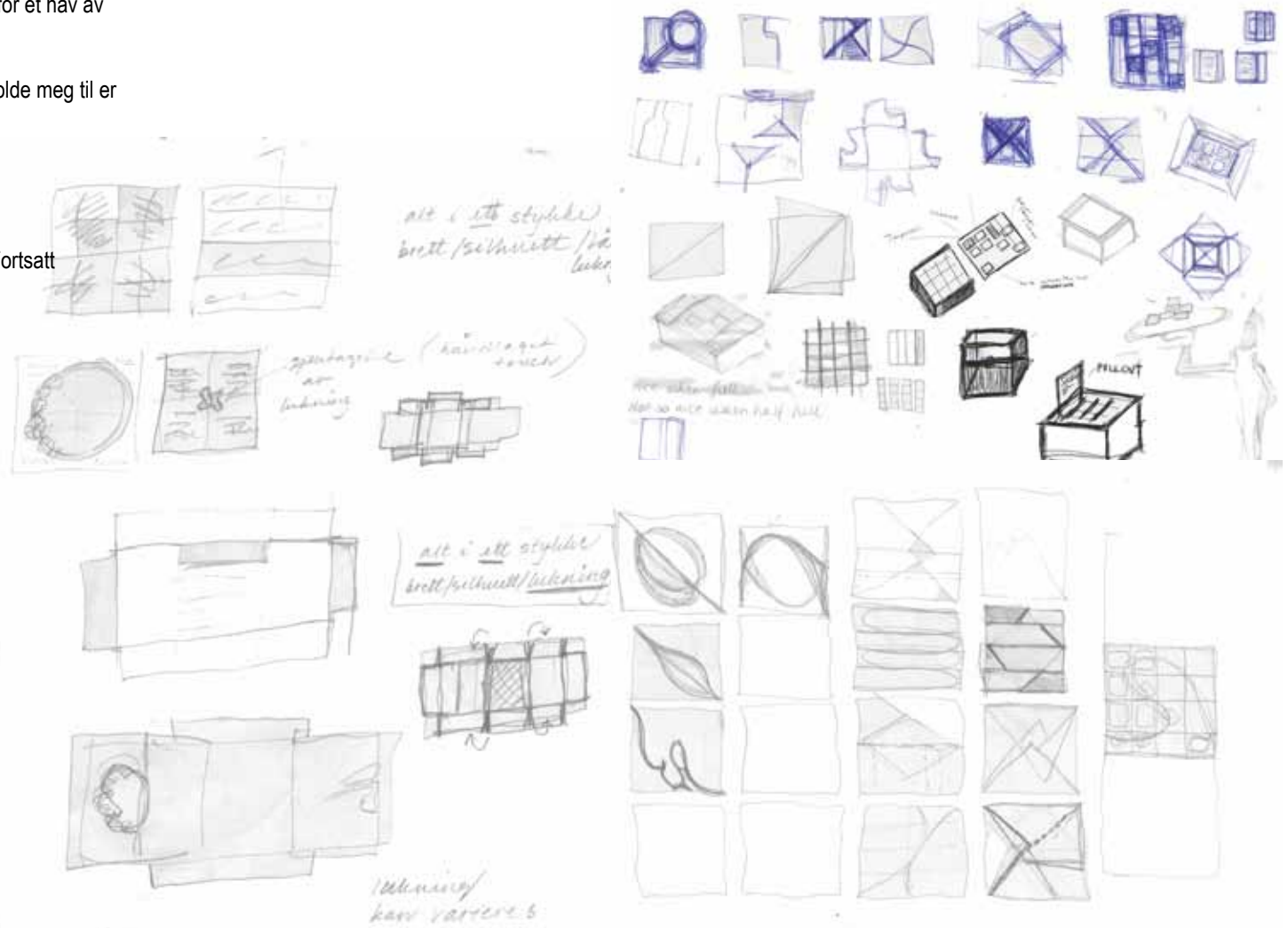
SKISSER OG UTVIKLING

Denne emballasjen åpnet for et hav av idder.

Hovedkriteriene jeg skal holde meg til er

Design for servering
Design for miljø
Design for smaker

Esken skal være dobbel. Fortsatt firkantform.



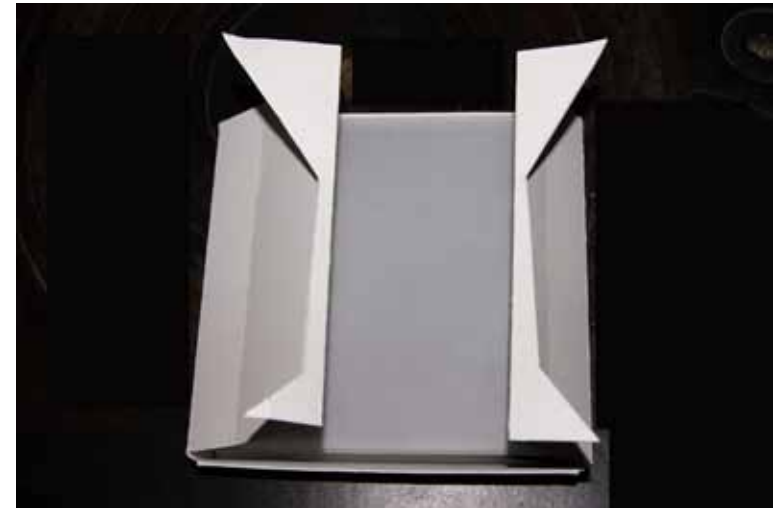
KONSEPTET MED ESKEN

Temaeske. - Esker som ikke er trykket opp i mange eksemplarer, og som representere forskjellige tema.

Vinsmaking for eksempel. Sjokoladen kan være teste ut sammen med vin, forskjellige druer. Informasjonen som gis i form av designet, setter fokuse på de forskjellige smaks opplevelsene en pasjon sjokolade gir til foreksempel chardonna druen. Den gir en helt annen smaks opplevelse sammen med for eksempel Cognack.

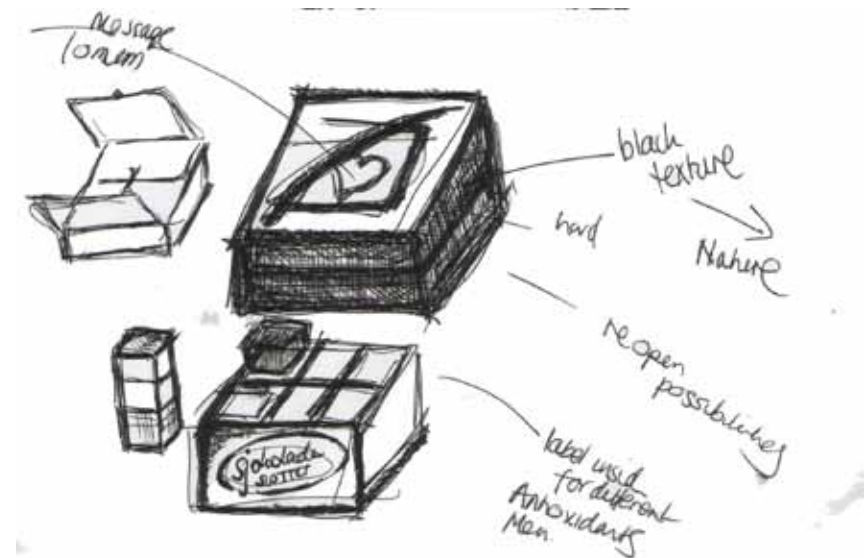
Antioksidant esken. En eske som kan gi informasjon om de forskjellige antioksidantene som de enkelte fruker som sjokoladen er laget av.

Ufordelen er at esken må varieres etter hvert tema.



Bretting

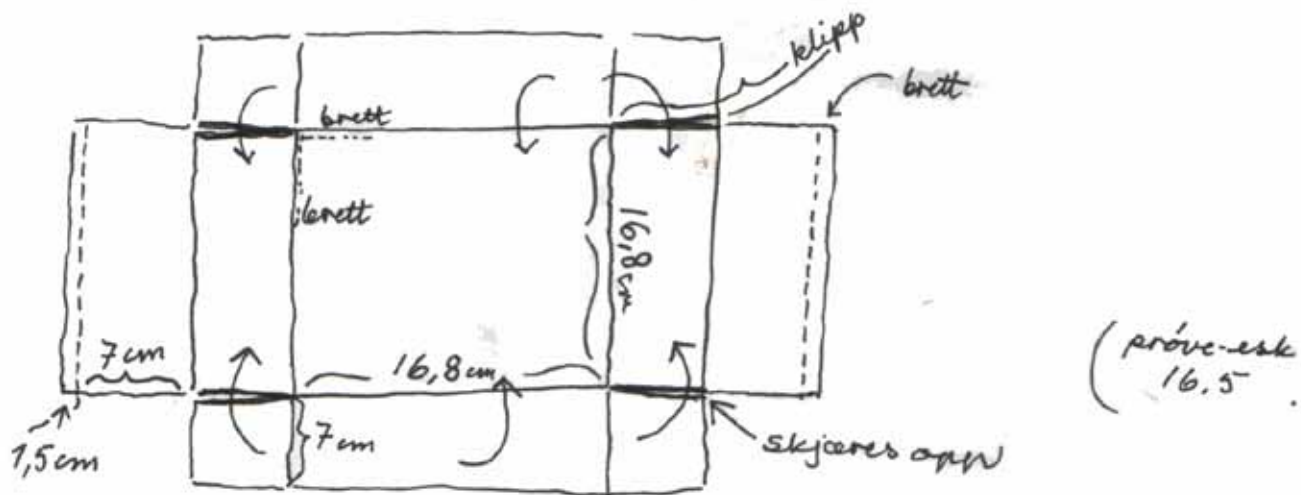
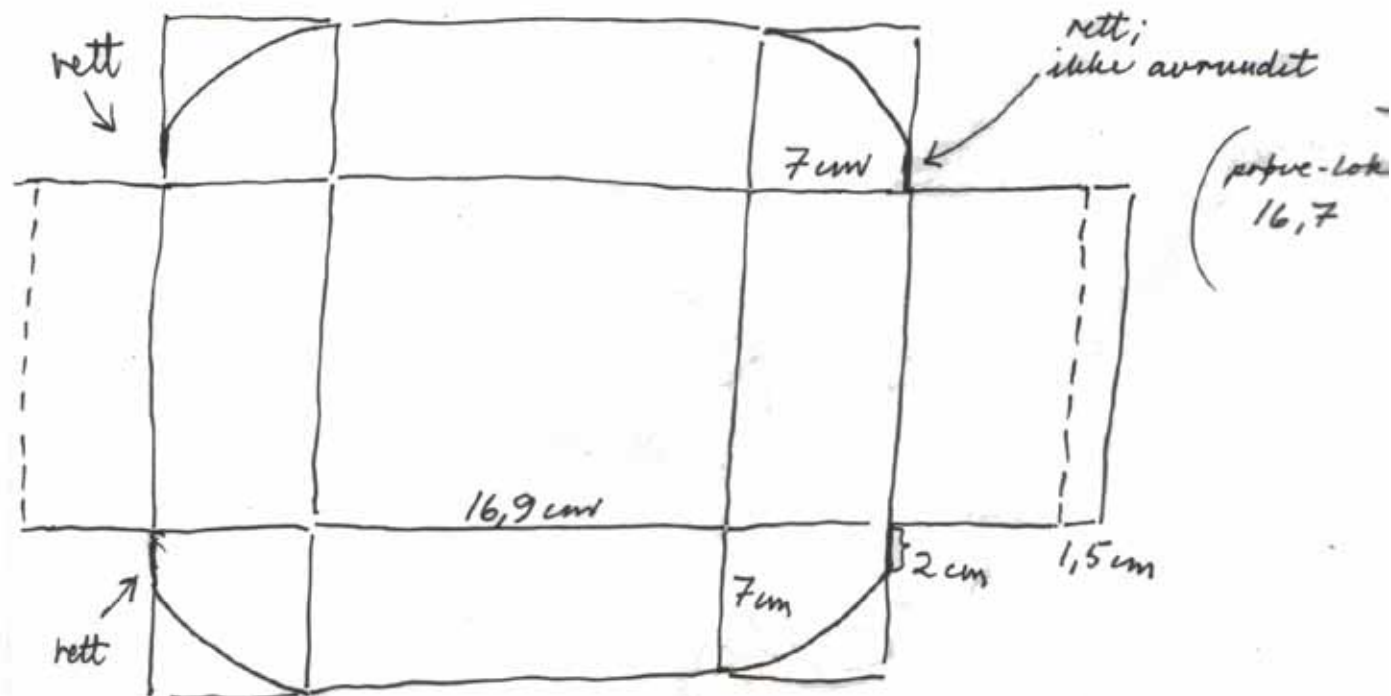
Konseptet var en lang stud i en del. Med et lokk som enten kunne brettes opp eller brettes under esken for å unngå at det var i veien under selve serveringsøyeblikket. Samtidig som det fungerte som en dekorasjon, som reflekterte tema i eske. Dette fungert ikke så bra og oppfylte ikke alle kravene, så jeg endte opp med en todelt eske.



FORM

Esken til konsept 2 er todelt. Jeg vil unngå at lokket er i veien under serveringen. For å få en funksjon av lokket og fremheve serveringssituasjonen, kom jeg frem til en løsning som vil forandre lokket til fat. Dermed kan man ta det av esken, brette det ut og sette det under esken som et serveringsfat. De blir det også lettere å sende esken rundt bordet. Vi unngår også med denne løsningen at hvis esken skal åpnes og lukkes mange ganger at lukningsmekanismen blir slitt og ødelagt.

Ved å legge inn en ca 2 cm rett linje på hver kant, stoppet tilslutt sidene på esken. Hvis papiret er for "tynt", Sklir sidene rett ut etter et noen ganger med åpning og lukking

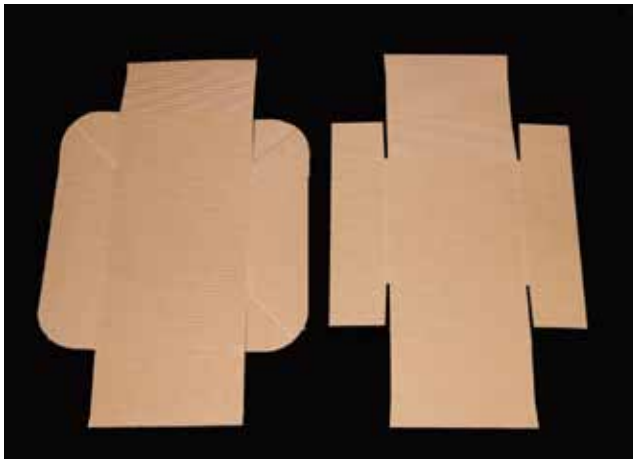


MILJØ

Materialer og trykking

Jeg ville ha en eske skal være kvalitet, samtidig som den går litt bort fra den vanlig grafikk og materialer. Jeg ville den skulle ha substans og uttrykke kvalitet. Derfor måtte esken være laget av et materiale som var tykkere enn 300 g pair og av tykkere pair enn orginalesken. Jeg ville ikke at den skulle ha vanlig pappkvalitet heller. Esken skal spille på form, funksjon og miljø. Den skal være enkel "skandinavisk" i designen. Planen var at det ikke skulle skal lages mange av den. Vannmerke og en liten logo. (test fig. 10) Den visuelle stilen skulle spille på grafisk elementene som sjokoladeslottet allerede bruker. Den andre utfordringen var at disse eskene må ha muligheten til å ikke måtte lages i stort opplag, i begynnelsen.

Jeg tok kontakt med en bedrift som heter Grønn Emballasje, de produserer og selger produkttilpasset og miljøvennlig emballasje til matvareprodusenter, firmagavebedrifter og industri. De var positive til å prøvetrykke serveringsesken min i miljøvennlig papp.



Grønn Emballasje trykket opp malene mine til serveringsesken og resultatet ble fantastisk. Laget av et papp som heter 2 WELL åpen bølge, svart. Esken ble mye bedre enn jeg hadde forventet meg. Jeg var redd det skulle gi et litt for minimalt og enkelt inntrykk. Men resultatet var spennende, annerledes, men et helt klart utfordrende uttrykk.

Materialet ga et taktilt og solid inntrykk. 100 % miljøvennlig og norsk produsert material. Jeg prøvde også ut noen andre papptyper (Eflute bb (brunbrun) . Eflute (liner). De fungerte også bra, men ble litt mer vanlige og for enkle.



Utfordringer

Ufordelen var at jeg ikke hadde tegnet tegningene av esken til det tykke pappen. De må ta hensyn til tykkelsen på pappen, for å passe helt perfekt. Men når tegningene blir redigert, kommer ikke esken til å trenge noe lim. Eskene er designet for å lage minst mulig avskjær. På et 1200x1600 ark, fikk vi inn 12 esker. Derfor blir ikke mye avskjær og enda billigere i produksjon.

Eskene vil bli enda finere hvis de var farget eller med dobbeltsidig bølgepapp. Dette ble det dessverre ikke tid til å eksperimentere med, men kanskje det blir gjort på et senere tidspunkt.

Logo og merkevare.

Hvis eskene skal trykkes på miljøvennlig papp, vil vi helst unngå mye trykk på dem. Man kan trykke med syrefritt blekk, men på bølgepappen er jeg litt usikker på hvordan det vill ha sett ut. Løsningen på det er enten å bruke klistermerke med logo eller monogram. Jeg valgte å holde den enkle stilen og visuelt gi oppfatningen av kvalitet med monogrammet til sjokoladeslottet.

Ett annet alternativ er å få svimerket inn logo og monogram. Det ville vært et alternativ på den brune (natur) esken. Det er en fantastisk metode som ikke bruker noe blekk og det får en fantastisk effekt. Billig i produksjon er det også.



Grønn Emballasje kan svimerke inn på esken. Dette er veldig miljøvennlig og ikke dyrt i det hele tatt.

SMAKER



Salt og karamell

Smaker i dag

Jeg vil også at smakene skal direkte knyttes til sjokolade derfor lager jeg små hull for a lede bruker rett til sjokoladen med smakene ved siden av. Arkene er festet under sjokoladeformene slik at de henger fast og ikke er løse. Bruker bare bretter dem vekk.

Med dette kan vi løse en annen litt negativ opplevelse rundt konfektesker. De ser så triste ut når det bare er få igjen. Man sitter der med følelsen at alle godbitene er spist, og dette er restene. Dette unngår vi i så stor grad nå.

På den nye måten det varieres av tema esker . Arkene kan bringe budskap og informasjon. Vi får et mer personlig forhold til produktet.



*Sjokoladeske, lokk
blir serveringsfat. Re-
sirkulert papp. Bølge.*



Produktet

Esken består av to deler. Når man skal spise sjokoladen tar man av lokket og drar det ut slik at det kan settes som et serveringsfat under esken. Da har man ingen løse deler og lokket får en funksjon. Stilen er ren utenpå. Esken skal være stødig og reflektere kvalitet.

Stilren og miljøvennlig.



VIDEREUTVIKLING

KAFE: Det hadde vært veldig gøy og fått testet ut konseptene på virkelige brukere. Jeg hadde en avtale om det, men så ble kafeen utleid den dagen og jeg fikk ikke høre hva brukerne sa eller hvordan de reagerte på dette. Det blir også spennende å høre hva Sjokoladeslottet sier til det endelige resultatet.

LUKSUS

Jeg kom i kontakt med Grønn Emballasje litt for sent i utviklingsprosessen. De ba meg tilbake for å lære mer om maskiner og programmer de bruker. Desverre ble det ikke tid til dette denne gangen.

KONKLUSJON

Dette prosjektet hadde som formål å utvikle et nytt produktkonsept eller en redesign av emballasje hos sjokoladeslottet basert på brukeropplevelse. Mye av tiden ble brukt til å plassere Sjololadeslottet inn i det store bilde, da det ikke eksisterte noen markedsundersøkelser eller lignede. Derfor var det nødvendig å kartlegge marked, konkurranse og målgruppe for å få et godt grunnlag for utviklingen av et nytt produkt/emballasje konsept. Deretter kunne jeg begynne å gå inn på atferden hos brukeren i interaksjon med produktet i forskjellige situasjoner. Mye mer tid skulle vært brukt her, men atferdobservasjonen ga gode resultater og grunnlag for ny emballasjedesign. Min konklusjon av dette prosjektet er at brukeropplevelse kan være med på å påvirke design og strategiske beslutninger i en bedrift. Brukeropplevelse handler om mye mer enn bare produktet i seg selv. Brukeropplevelse blir en strategi som det kan komme nye og innovative konsepter for nye marked ut av, og som igjen kan være med på å forandre bedriftsavgjørrelser.

Etter å ha sett på det store bilde, gikk jeg i mer detaljer på selve emballasjen. Og brukerobservasjonene ble grunnlaget for design av emballasjens funksjon og visuelle profil. Jeg har ikke fått gjort noen tester på konseptene mine så jeg kan ikke påstå at vi bevisst kan påvirke brukeradferden, men vi er godt på vei. Alle sensoriske stimuli vil påvirke hvordan vi opplever et produkt. Hvis opplevelsen vi designer for er justert for situasjonen kan opplevelsen bli sterkere og vi kan som designere påvirke dette. Produktet må også finne sin plass og posisjon. Opplevelsen av et produkt oppleves ikke i et øyeblikk skilt fra resten av tilværelsen. Den er under konstant forandring avhengig av brukerens situasjon og stadige forandringer av trender og brukssituasjon.

REFERANSER

Bøker

- Cialdini, Robert B, (2001) Influence: Science and Practice. Pearson Educating Inc. New York
- Daab, (2008) Package design, Coologne London, New York.
- Denison Edvard & Guang Yu Ren (2001) Packaging Prototypes 3, thinking green
- Garret, Jesse James (2011) The Elements of User Experience. : User-Centered Design for the Web and Beyond. Pearsipit, New Riders. USA
- Jansson Tomas, Örjan Sjöling (2008) Presenter : när, var, hur och varför, Kosta Förlag, Svenska.
- Jonhson, Mark and Lakoff, Georg. (2003) Metaphors we live by . The University of Chicago Press, Ltd. London.
- Kolko Jon (2010) Thoughts on interaction design, Morgan Kaufmann, Canada
- Lindstrøm Martin (2005) Brand Sense, Build powerful Brands through Touch, Taste, Smell, Sight and Sound.
- Mulder, steve and Yaar Ziv (2007) The user is always right. New Rider, Pearsipitt, USA
- Norman, D. (1988). The Design of Everyday Things. Basic Books, New York
- Norman, D. (2004). Emotional Design. Basic Books, New York
- Sonsino, Steven (1990) Packaging design, Thames and Hudson Ltd, London.
- Tullis, Thomas (2008) Measuring the User Experience. Elsevier Inc., Burlington
- Young Indi (2008) Mental Models: Aligning Design Strategy with Human Behavior: Rosenfeld Media. Brooklyn, New York

Artikler

- Berry, Leonard L, Carbone, Lewis P. and Haecke, Stephan H. Managing the Total Customer Experience , Artikkel
- Hoem, Helle K. (2005) Emosjoner og design. En utvidet forståelse av menneskelige aspekter i produktutvikling, Institutt for produkt design, NTNU
- Skjerven Astrid, (2005) Hidden Treasures: The Redesign of the Sfinx Chocolate, Artikkel
- Annechen Bahr Bugge, (2010) Forbuden frukt smaker best, STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING, Fagrapport nr. 5
- Packaging Trends (2010) PMMI Member ProMach Inc.
(Packaging Trends 2010, s. 1)

Internett

- <http://www.dailiyexpress.co.uk/post/view/227564> (Accessed on 13.03.2001 .11.49)
- The new rules of persuasion, <http://www.thersa.org/fellowship/journal/archive/summer-2009/features/new-rules-of-persuasion>
- Nordmenn glefser i seg sjokoladesokolade. <http://www.dn.no/forsiden/etterBors/article2095957.ece> Publisert: 04.03.2011. Besøkt 05.05.2011
- JERIJERV, DAG ROBERT. De heteste forbrukertrendene i 2011. <http://www.kampanje.com/markedsforing/article5346467.ece> (besøkt 2104.11)

Internett

[http://www.dailiyexpress.co.uk/post /view/227564](http://www.dailiyexpress.co.uk/post/view/227564) (Accessed on 13.03.2001 .11.49)

The new rules of persuasion, <http://www.thersa.org/fellowship/journal/archive/summer-2009/features/new-rules-of-persuasion>

Nordmenn glefser i seg sjokoladesokolade. <http://www.dn.no/forsiden/etterBors/article2095957.ece>
Publisert: 04.03.2011. Besøkt 05.05.2011

JERIJERV, DAG ROBERT. De heteste forbrukertrendene i 2011. <http://www.kampanje.com/markedsforing/article5346467.ece> (besøkt 2104.11)

Appendiks



Forbruk (produksjon + import – eksport)
i tonn og kg/innbygger

Kilde: SSB

År	Sukkervarer	Sjokolade	Totalt	Kg. pr. innbygger
2001	21 850	38 941	60 791	13,47
2002	20 992	37 645	58 637	12,92
2003	20 569	39 653	60 222	13,19
2004	22 338	42 349	64 687	14,09
2005	21 389	39 563	60 952	13,18
2006	23 941	41 014	64 956	13,94
2007	23 952	45 931	69 883	14,84
2008	24 464	47 013	71 477	14,99
2009	23 671	45 893	69 564	14,41
2010	23 399	46 428	69 827	14,28

Sjokolade... Cioccolato... Chocolate... Czekolada...



Sjokolade- drømmer

Påsken er rett
rundt hjørnet.
Fit Living gir deg gode
grunner til å spise
sjokolade i ferien.

Tekst: Marta Holstein-Beck
Foto: Yvonne Wilhelmsen og produsentene





–Hilsend damene i bildet er sjokoladeprodusent Hege Hasle-Christensen, Marit Moen og Maritta Solaas.

Stuen til Liz Bjerkeseth (40) er fylt av skravlende damer. De titter, kommenterer, stiller spørsmål. «Den var lekker», utbryter en, «nydelig farge!» utbryter en annen. «Er dette en ny tekst?», spør en tredje. Damene snakker ikke om Tupperware eller dekorasjonsskilt til hjemmet. De har kommet for å nyte livet, og diskuterer sjokoladebiters mens de drikker champagne. De små, lekre bitene ligger på bordet pyntet med bringebær, passionsfrukt og kaffebonner. Hege Hasle-Christensen (40) er drommigen på Sjokoladeslottet. For litt over tre år siden fikk hun den gode ideen om å starte med noe som ville glede andre.

– Jeg tenkte det måtte bli vin eller sjokolade. Det ble det siste, og jeg startet Sjokoladeslottet i desember 2007, smiler hun mens hun byr på den nye smaken; salt karamell.

Hege ønsker om å glede andre med sjokolade er ikke bare en hyggelig tanke, men er også vel dokumenterte fakta. Ernæringsfysiolog og daglig leder i branat.no, Cathrine Borchsenius, sier at mat som smaker godt, for eksempel sjokolade, stimulerer utskillelsen av endorfiner i hjernen, noe som igjen forsterker følelsen av velvære. I tillegg gjør kombinasjonen av fett og sukker at det skilles ut flere stoffer som gir en følelse av lykke, som serotonin, dopamin og opiatpeptider. Klikk.no skriver dessuten at stoffer i sjokolade fremkaller følelser som ligner på de vi får når vi er forelsket. Ikke rart man kan bli avhengig!

SJOKOLADERUS

Sjokoladen til Hege kommer i lekre esker påkrevert morsomme, romantiske eller vakre tekster. Alt etter hvilken anledning du trenger de til. De fleste av hennes kunder er de som sender en eske i gave til venner, kjærester eller kolleger.

– Å gi bort sjokolade er en sikker vinner, sier Maritta Solaas Moen (40), og blir møtt med nikk av de andre venninnene. De er alle på hver sin måte glade i denne fløyelsmyke, mørke herligheten, fylt med rene fruktpureer, kaffe- eller





myntekrem. Mange av Heges kunder er imidlertid abonnenter, og hun merker det godt om en eske kommer en dag for sent.

– Det er tydelig at de gleder seg til hver måned, og venter på esken, sier Hege.

Mette Sofie Park (33) som både er en venninne og som skriver masteroppgave om Sjokoladeslotter, mener det ikke er så rart.

– Man kan jo bli avhengig av sjokolade, sier hun. Jeg har selv perioder der jeg ikke kan få nok, og spiser masse. Spesielt om vinteren og i helgene.

– Jeg tror det er noe i kroppen til jenter som gjør at de er så glad i sjokolade, sier Hege.

Studier viser at begge jentene har rett. Det finnes faktisk stoffer i sjokolade som i teorien kan gi en ruslignende effekt, sier Borchsenius.

– Det er blant annet noen cannabislignende stoffer i sjokolade som kan gi en følelse av eufori og lykke. Borchsenius forteller videre om en studie som ble gjort blant sjokoladeelskere. Ved å skanne deres hoder oppdaget man at hjernene deres lystet opp på samme måte som når kokainavhengige tenker på sin neste kokainrus.

KVALITET OG KVANTITET

Hege understreker at hennes sjokolade er helt ren, laget uten noen form for konserveringsmidler og kun tilsatt rene smaker, som ekte bringebær, pasjonsfrukt eller karamell. Kakaoprosenten ligger mellom 34 og 64 prosent.

– Smakene forandrer seg etter hvert, sier Maritra. Før likte jeg bare melkesjokolade, mens nå koser jeg meg mest med mørk sjokolade og et glass vin.

– Elisabeth Lie Meredith (40) er ikke så glad i den bitre smaken på veldig mørk sjokolade, og mener Heges sjokolade er den beste. Hege har uansett vært opp-tatt av å tilby nordmenn en kvalitetssjokolade på lik linje med den du får i Belgia eller i Frankrike.

– Det er en forskjell på melkesjokolade og kvalitets sjokolade. Du nyter ikke



melkesjokolade på samme måte som du nyter en mørkere sjokolade laget av rene råvarer. Det er som med dårlig og god vin, sier hun.

– Før du starter med sjokolade, kos-te jeg meg ikke slik med den, sier Liz. Jeg hadde rett og slett ikke opplevd sjokolade på den måten.

Liz kaller seg for periodesjokoladespi-ser, og spiser ofte sjokolade i stressende, eller utrolige perioder.

– Sjokolade blir som medisin for meg, sier hun.

Kakao har faktisk vært brukt i mange hundre år som medisin. Ifølge klikk.no reduserer endorfiner som slippes ut ved inntak av kakao stressnivået, smertefø-elsen og gir en lykkerus. Så hvor sunn er egentlig sjokolade?

DESS MØRKERE DESS BEDRE

Cathrine Borchsenius, sier at det hoved-sakeilig er kakaomassen i sjokolade som er sunn. Altså er det bare den mørke sjokola-den, som kan sies å være sunn, og den med aller høyest kakaoinnhold, minst 70 pro-sent.

Det er nemlig i kakaomassen vi finner alle antioksidantene. Antioksidantene be-skytter kroppens celler mot skader, og vir-ker forebyggende mot kreft. I tillegg sier Borchsenius at en liten bit mørk sjokolade hver dag kan redusere risikoen for hjerte- og karsykdommer. Alle antioksidantene gjør at mørk sjokolade smaker mer bit-

tert. Den har dessuten en mektigere smak. Dermed blir man også fortere mett av den, og spiser automatisk mindre. Mest av alt, mener Borchsenius, er det viktig å kunne unne seg en bit sjokolade en gang i blant, fordi vi rett og slett trenger å kose oss og nyte livet.

Damene tar enda en sjokoladedit i mun-nen. De diskuterer smaker, konsistens, og sammenligner slik de gjør det i en vin-klubb. Alle de rene smakene gjør at hver bit nytes på en helt spesiell måte. Vennin-nekvelden kan ikke bli mislykket med dis-se lykkebitene på bordet – og damene tar nok med seg et par esker sjokolade på på-skerferie også.

fitliving@egmont.no



«En liten bit mørk sjokolade hver dag kan redusere risikoen for hjerte- og karsykdommer.»

Cathrine Borchsenius

5 ting du ikke visste om sjokolade

1 Kakaotreet er et lite, eviggrønt tre som kommer fra foten av Andesfjellene, men ble senere innført til Mellom-Amerika av Mayaene. I en frukt finnes 20 - 50 kakaobønner. Indianerne i Amazonasregionen har dyrket kakaotreet i over 4000 år.

2 Maya-folket brukte sjokolade som medisin allerede på 300-tallet. Treet ble dyrket for å utvinne en «gudedrikk», men ikke som matressurs.

3 Klostrerne var de første som tok i bruk kakaoen, da den kom til Spania i 1527 - Vatikanet tillot nemlig bruk av kakaobønner, selv i fasten.

4 Da Columbus nådde Mellom-Amerika i 1502, ble han en av de første europeerne som fikk se kakaobønner. Det første kakaotreet hadde ennå ikke kommet til Europa. Det var imidlertid den spanske eventy-deren Hernando Cortés som tok med seg kakaobønnene til Europa.

5 Kakaobønnene var svært verdifulle for aztekerne, som også brukte dem som penger. En kanin kostet 10 bønner, mens en kone gikk for 50 bønner. Slaver var mer verdifulle enn koner og kostet 100 bønner.



Halve opple-velsen er de delikate sjo-koladeskene fra Sjokola-deslottet.



Oppskrifter på neste side →

Respondent ID	Question No	Question	Answer Choice
147680	1	Alder	36-45 år
147680	2	Kjønn	Kvinne
147680	3	Utdanning	Høgskole 1-3 år
147680	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
147680	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147680	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Nyttig
147680	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
147680	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I noen grad
147680	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
147680	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
147680	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Noe nyttig
147680	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I liten grad
147680	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Mørk
147680	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I liten grad
147680	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
147680	14	Tenker du noen ganger over hva	I noen grad

147680	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I stor grad
147680	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
147680	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
147680	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei
147686	1	Alder	26-35 år
147686	2	Kjønn	Kvinne
147686	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
147686	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147686	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Skal være skikkelig, det reflekterer tilbake på meg selv
147686	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
147686	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
147686	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
147686	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
147686	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
147686	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
147686	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
147686	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Konfekt
147686	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I svært stor grad
147686	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser	I stor grad

		konfekt?	
147686	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I liten grad
147686	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I stor grad
147686	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I liten grad
147686	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
147686	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja
147714	1	Alder	26-35 år
147714	2	Kjønn	Kvinne
147714	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
147714	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147714	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
147714	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Skal være skikkelig, det reflekterer tilbake på meg selv
147714	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
147714	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
147714	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
147714	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I liten grad
147714	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
147714	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I svært stor grad
147714	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Dyr og håndlaget konfekt
147714	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave	I svært stor grad

		over internett?	
I47714	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
I47714	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
I47714	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
I47714	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
I47714	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
I47714	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja
I47740	1	Alder	26-35 år
I47740	2	Kjønn	Mann
I47740	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
I47740	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
I47740	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
I47740	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
I47740	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I noen grad
I47740	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
I47740	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
I47740	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
I47740	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I liten grad
I47740	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Lys
I47740	12	Er opplevelsen som websiden gir deg	I noen grad

147740	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I noen grad
147740	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I noen grad
147740	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	Ikke i det hele tatt
147740	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I noen grad
147740	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I svært stor grad
147740	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
147740	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei

147756	1	Alder	26-35 år
147756	2	Kjønn	Kvinne
147756	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
147756	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147756	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Pris
147756	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
147756	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
147756	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
147756	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
147756	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
147756	9	Hva slags gave liker du å få til	En opplevelse

I47756	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I liten grad
I47756	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Mørk
I47756	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I svært stor grad
I47756	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
I47756	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I svært stor grad
I47756	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
I47756	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I liten grad
I47756	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
I47756	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja

I47789	1	Alder	26-35 år
I47789	2	Kjønn	Mann
I47789	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
I47789	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
I47789	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Pris
I47789	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet

I47826	1	Alder	26-35 år
I47826	2	Kjønn	Kvinne
I47826	3	Utdanning	Høgskole 1-3 år
I47826	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Pris
I47826	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe	Personlig

147826	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147826	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
147826	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I noen grad
147826	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	Ikke i det hele tatt
147826	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	Ikke i det hele tatt
147826	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
147826	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I liten grad
147826	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Vet ikke
147826	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I noen grad
147826	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
147826	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I liten grad
147826	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
147826	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
147826	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
147826	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja

147828	1	Alder	26-35 år
147828	2	Kjønn	Kvinne
147828	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
147828	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest	Nyttig

147828	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Skal være skikkelig, det reflekterer tilbake på meg selv
147828	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147828	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
147828	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I svært stor grad
147828	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
147828	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
147828	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Noe nyttig
147828	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
147828	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Dyr og håndlaget konfekt
147828	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I svært stor grad
147828	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
147828	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
147828	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
147828	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
147828	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
147828	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei
147830	1	Alder	26-35 år
147830	2	Kjønn	Kvinne

147830	3	Utdanning	Høgskole 1-3 år
147830	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Bestille på internet/lett tilgjengelig
147830	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147830	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
147830	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	Kommer an på hvem det er til
147830	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
147830	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
147830	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	Ikke i det hele tatt
147830	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
147830	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
147830	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Spiller ingen rolle
147830	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
147830	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
147830	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I liten grad
147830	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I noen grad
147830	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
147830	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
147830	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei

147831	1	Alder	20-25 år
147831	2	Kjønn	Kvinne
147831	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
147831	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Pris
147831	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
147831	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147831	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
147831	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I noen grad
147831	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
147831	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	Ikke i det hele tatt
147831	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
147831	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
147831	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Vet ikke
147831	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
147831	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
147831	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
147831	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I noen grad
147831	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et	Ikke i det hele tatt

147831	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	Ikke i det hele tatt
147831	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
147831	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei

147858	1	Alder	26-35 år
147858	2	Kjønn	Kvinne
147858	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
147858	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147858	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
147858	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I noen grad
147858	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
147858	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	Ikke i det hele tatt
147858	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Noe nyttig
147858	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
147858	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Mørk
147858	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
147858	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
147858	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
147858	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	Ikke aktuelt
147858	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på	I liten grad

147858	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
147858	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei
147900	1	Alder	26-35 år
147900	2	Kjønn	Kvinne
147900	3	Utdanning	Høgskole 1-3 år
147900	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Bestille på internet/lett tilgjengelig
147900	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Skal være skikkelig, det reflekterer tilbake på meg selv
147900	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147900	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
147900	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
147900	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
147900	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
147900	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
147900	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
147900	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
147900	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Mørk
147900	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
147900	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
147900	14	Tenker du noen ganger over hva	I svært stor grad

		sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	
147900	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
147900	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
147900	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
147900	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei
147927	1	Alder	26-35 år
147927	2	Kjønn	Kvinne
147927	3	Utdanning	Høgskole 1-3 år
147927	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Skal være skikkelig, det reflekterer tilbake på meg selv
147927	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
147927	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Pris
147927	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
147927	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
147927	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
147927	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	Ikke i det hele tatt
147927	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
147927	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Noe helt annet
147927	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
147927	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Lys
147927	12	Er opplevelsen som websiden gir deg	I stor grad

147927	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
147927	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
147927	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	Ikke i det hele tatt
147927	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I stor grad
147927	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
147927	17	Hvordan serverer du konfekt?	På eget fat
147927	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei

148268	1	Alder	26-35 år
148268	2	Kjønn	Mann
148268	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
148268	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
148268	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Nyttig
148268	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Skal være skikkelig, det reflekterer tilbake på meg selv
148268	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
148268	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
148268	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
148268	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I liten grad
148268	9	Hva slags gave liker du å få til	Noe nyttig

148268	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
148268	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Lys
148268	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I svært stor grad
148268	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
148268	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
148268	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I stor grad
148268	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
148268	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
148268	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja

148273	1	Alder	26-35 år
148273	2	Kjønn	Kvinne
148273	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
148273	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
148273	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
148273	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
148273	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
148273	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
148273	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad

I48273	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
I48273	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
I48273	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
I48273	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Lys
I48273	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I svært stor grad
I48273	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
I48273	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
I48273	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
I48273	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
I48273	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
I48273	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja

I56538	1	Alder	26-35 år
I56538	2	Kjønn	Kvinne
I56538	3	Utdanning	Høgskole 4 + år

I57675	1	Alder	26-35 år
I57675	2	Kjønn	Kvinne
I57675	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
I57675	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
I57675	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
I57675	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250

157675	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I noen grad
157675	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I liten grad
157675	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
157675	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
157675	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I liten grad
157675	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Lys
157675	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
157675	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
157675	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
157675	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I stor grad
157675	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
157675	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
157675	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei

159215	1	Alder	36-45 år
159215	2	Kjønn	Kvinne
159215	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
159215	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
159215	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
159215	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest	Kvalitet

		viktige tingene for deg)	
I59215	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
I59215	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
I59215	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
I59215	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
I59215	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
I59215	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
I59215	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Dyr og håndlaget konfekt
I59215	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
I59215	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
I59215	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I stor grad
I59215	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
I59215	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I svært stor grad
I59215	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
I59215	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja
I59566	1	Alder	36-45 år
I59566	2	Kjønn	Mann
I59566	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
I59566	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
I59566	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe	Bestille på internet/lett tilgjengelig

159566	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Bestille på internet/lett tilgjengelig
159566	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
159566	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
159566	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
159566	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I veldig stor grad
159566	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
159566	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I svært stor grad
159566	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Dyr og håndlaget konfekt
159566	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
159566	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
159566	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I stor grad
159566	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I stor grad
159566	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I svært stor grad
159566	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
159566	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja

159582	1	Alder	36-45 år
159582	2	Kjønn	Kvinne
159582	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
159582	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest	Personlig

159582	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
159582	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159582	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
159582	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
159582	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
159582	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
159582	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
159582	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
159582	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Dyr og håndlaget konfekt
159582	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
159582	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
159582	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I stor grad
159582	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
159582	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
159582	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159582	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei
159584	1	Alder	46-60 år
159584	2	Kjønn	Kvinne

159584	3	Utdanning	Høgskole 1-3 år
159584	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Pris
159584	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
159584	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159584	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
159584	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
159584	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
159584	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
159584	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Noe nyttig
159584	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
159584	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Mørk
159584	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I noen grad
159584	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
159584	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
159584	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
159584	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
159584	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159584	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Vet ikke

159585	1	Alder	61 +
159585	2	Kjønn	Kvinne
159585	3	Utdanning	Høgskole 1-3 år
159585	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159585	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
159585	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Pris
159585	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
159585	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I svært stor grad
159585	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I liten grad
159585	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
159585	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Sjokolade
159585	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I svært stor grad
159585	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Mørk
159585	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I noen grad
159585	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
159585	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I liten grad
159585	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
159585	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et	I stor grad

159585	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
159585	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159585	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja
159588	1	Alder	26-35 år
159588	2	Kjønn	Mann
159588	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
159588	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
159588	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159588	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
159588	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I noen grad
159588	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
159588	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
159588	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
159588	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
159588	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Lys
159588	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
159588	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
159588	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I stor grad
159588	15	Betyr design på konfektesken noe når	I svært stor grad

159588	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
159588	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159588	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja
159687	1	Alder	20-25 år
159687	2	Kjønn	Kvinne
159687	3	Utdanning	Videregående skole
159687	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Pris
159687	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Nyttig
159687	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
159687	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I liten grad
159687	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	Ikke i det hele tatt
159687	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I liten grad
159687	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Noe nyttig
159687	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I liten grad
159687	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Spiller ingen rolle
159687	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I noen grad
159687	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
159687	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I liten grad
159687	15	Betyr design på konfektesken noe når	I noen grad

159687	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I noen grad
159687	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
159687	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159687	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei

159688	1	Alder	26-35 år
159688	2	Kjønn	Mann
159688	3	Utdanning	Høgskole 1-3 år
159688	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Pris
159688	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159688	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Nyttig
159688	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
159688	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I liten grad
159688	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I liten grad
159688	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
159688	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Noe nyttig
159688	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
159688	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Spiller ingen rolle
159688	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
159688	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser	I noen grad

159688	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
159688	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I stor grad
159688	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
159688	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159688	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei

159689	1	Alder	36-45 år
159689	2	Kjønn	Mann
159689	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
159689	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159689	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
159689	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Bestille på internet/lett tilgjengelig
159689	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
159689	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
159689	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
159689	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
159689	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
159689	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
159689	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Spiller ingen rolle
159689	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad

159689	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
159689	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I stor grad
159689	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I stor grad
159689	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
159689	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159689	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Vet ikke

159690	1	Alder	46-60 år
159690	2	Kjønn	Kvinne
159690	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
159690	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
159690	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
159690	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159690	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	Kommer an på hvem det er til
159690	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I svært stor grad
159690	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
159690	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
159690	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Vet ikke
159690	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad

I59690	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Dyr og håndlaget konfekt
I59690	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
I59690	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
I59690	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I stor grad
I59690	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
I59690	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I svært stor grad
I59690	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
I59690	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja

I59732	1	Alder	36-45 år
I59732	2	Kjønn	Kvinne
I59732	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
I59732	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
I59732	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
I59732	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
I59732	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
I59732	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
I59732	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
I59732	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad

159732	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Noe helt annet
159732	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
159732	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Dyr og håndlaget konfekt
159732	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I noen grad
159732	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
159732	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I stor grad
159732	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
159732	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
159732	17	Hvordan serverer du konfekt?	Det kommer an på esken
159732	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Vet ikke

159734	1	Alder	36-45 år
159734	2	Kjønn	Mann
159734	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
159734	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159734	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
159734	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Bestille på internet/lett tilgjengelig
159734	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
159734	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	Kommer an på hvem det er til
159734	6	Er innpakning/emballasje viktig for	I noen grad

159734	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I noen grad
159734	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
159734	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
159734	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
159734	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
159734	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Spiller ingen rolle
159734	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
159734	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
159734	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I svært stor grad
159734	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
159734	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
159734	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159734	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja

159768	1	Alder	36-45 år
159768	2	Kjønn	Mann
159768	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
159768	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Bestille på internet/lett tilgjengelig
159768	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
159768	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest	Nyttig

I59768	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
I59768	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
I59768	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
I59768	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
I59768	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
I59768	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
I59768	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Spiller ingen rolle
I59768	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I svært stor grad
I59768	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
I59768	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I stor grad
I59768	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I stor grad
I59768	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
I59768	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
I59768	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei
I59769	1	Alder	46-60 år
I59769	2	Kjønn	Kvinne
I59769	3	Utdanning	Høgskole 1-3 år
I59769	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
I59769	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest	Personlig

		viktige tingene for deg)	
I59769	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
I59769	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
I59769	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
I59769	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
I59769	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Blomster
I59769	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
I59769	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Mørk
I59769	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I noen grad
I59769	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
I59769	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
I59769	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
I59769	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
I59769	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
I59769	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Nei
I59770	1	Alder	26-35 år
I59770	2	Kjønn	Mann
I59770	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
I59770	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Skal være skikkelig, det reflekterer tilbake på meg selv
I59770	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe	Personlig

159770	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Personlig
159770	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Nyttig
159770	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	Kommer an på hvem det er til
159770	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
159770	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
159770	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I veldig stor grad
159770	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
159770	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
159770	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Spiller ingen rolle
159770	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
159770	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
159770	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I liten grad
159770	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I stor grad
159770	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
159770	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159770	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Vet ikke
159771	1	Alder	20-25 år
159771	2	Kjønn	Kvinne

159771	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Pris
159771	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
159771	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	100 - 250
159771	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
159771	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I liten grad
159771	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
159771	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Noe helt annet
159771	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
159771	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Mørk
159771	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I noen grad
159771	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
159771	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I liten grad
159771	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I noen grad
159771	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
159771	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159771	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Vet ikke
159772	1	Alder	36-45 år
159772	2	Kjønn	Kvinne

159772	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
159772	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159772	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
159772	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Skal være skikkelig, det reflekterer tilbake på meg selv
159772	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
159772	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I svært stor grad
159772	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I stor grad
159772	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
159772	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	En opplevelse
159772	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I stor grad
159772	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Dyr og håndlaget konfekt
159772	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I stor grad
159772	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
159772	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I svært stor grad
159772	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I svært stor grad
159772	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I svært stor grad
159772	17	Hvordan serverer du konfekt?	På eget fat
159772	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja

159773	1	Alder	46-60 år
159773	2	Kjønn	Mann
159773	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
159773	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159773	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Nyttig
159773	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
159773	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	Kommer an på hvem det er til
159773	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I noen grad
159773	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
159773	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I stor grad
159773	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Noe helt annet
159773	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
159773	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Dyr og håndlaget konfekt
159773	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I svært stor grad
159773	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I svært stor grad
159773	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I noen grad
159773	15	Betyr design på konfektesken noe når du kjøper dyr konfekt?	I noen grad
159773	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et	I noen grad

159773	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I noen grad
159773	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159773	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja
159776	1	Alder	26-35 år
159776	2	Kjønn	Kvinne
159776	3	Utdanning	Høgskole 4 + år
159776	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Kvalitet
159776	4	Hva er viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (hva er de TO, TRE mest viktige tingene for deg)	Opplevelse
159776	5	Hva er greit å betale for en gave til en anledning, f.eks. valentine eller morsdag?	250 - 500
159776	6	Er innpakning/emballasje viktig for helhetsinntrykket av gaven du får eller skal gi?	I stor grad
159776	7	Er miljø viktig for deg når du skal kjøpe en gave? (f.eks hva innpakningen er laget av).	I noen grad
159776	8	Er stedet/butikken der du skal kjøpe en gave viktig?	I noen grad
159776	9	Hva slags gave liker du å få til anledninger?	Vet ikke
159776	10	Hva synes du om å få sjokolade i gave?	I noen grad
159776	11	Hvilken sjokolade liker du best?	Dyr og håndlaget konfekt
159776	12	Er opplevelsen som websiden gir deg av produktet viktig når du bestiller gave over internett?	I noen grad
159776	13	Er det viktig å vite hvordan smak du velger i en konfekteske slik at du har en smaksforventning før du spiser konfekt?	I stor grad
159776	14	Tenker du noen ganger over hva sjokoladekonfekt inneholder og hvordan den er laget?	I stor grad
159776	15	Betyr design på konfektesken noe når	I svært stor grad

159776	16	Hvis spennende kvalitetskonfekt var et alternativ til dessert/kake på restaurant/kafe, vill du ha prøvd dette?	I stor grad
159776	17	Hvordan serverer du konfekt?	Fra esken
159776	18	Har du hørt om Sjokoladeslottet?	Ja

Finner ut at du trenger en gave fort

Oppdager at det er anledning du hadde glemt.

Leter på nettet

Sneak from theater to theater in a multiplex

Sneak a friend in the exit of a theater

Går i butikken

leter etter butikk å gå i

Spør i butikken etter råd

Spør venner om råd

Spør hva personen ønsker seg

Spør venner av person hva han/hun ønsker seg

Spør hva andre ville ha gitt

Spør hva andre har gitt andre

Vurdere pris i forhold til relasjon

Prøvesmake eller prøve produktet først

Går i butikk i lunchen

Går i butikken etter jobb

Leter på nettet om kvelden

Leter på nettet ipå jobb

Ringer en venn og ber om gode ideer

Bestemmer hvilken butikk å gå i

Ser etter om gaven er moralsk bra

Ser etter om det er bra for miljøet

Vurdere kvalitet på gaven

Tenker etter om forhold, pris, relasjon

Vil satse på et safed produkt

Knalitet viktig

Tenker på tanken bak gaven

Velger gave etter person

Velger gave etter pris

Velger gaven etter tidespress

Ser etter noe som kan levers raskt

Tar med hjem for å pakke selv

Ser etter hvordan innpakningen er

Ser etter størrelsen

Vil Velge ut gave selv

Kjøper for andre

Må leveres raskt

Pris ikke hviktig hvis det kan leveres raskt

Ute etter noe spesielt

Velger gave etter innhold

Velger gave etter etikk

Kjøper på nettet

Betale med fakture

Betale i kassen, men butikken bringer

Tenker hva forventningene til gaven vil være

Tenker på hvilken anledning gaven er til

Leter etter noe personlig

Leter etter noe ikke så personlig

Leter etter noe eksklusivt

Leter etter noe spesielt som de ikke får eller har

Leter etter noe nyttig

Tenker etter hva mottaker ville satt pris på

Leter etter en gave som er personlig

Leter etter noe utenom det vanlige

Noe bare til den sktuelle personen

Noe som reflektere tilbake på meg selv

En gave som viser til givers gode smak

Leter etter en gave som kan sendes i posten

Leter etter en gave med fin innpakning

En gave som kan passe de fleste

Leter etter noe som også kan kjøpes til seg selv

Noe som kan assosieres med giveren

Noe som skal nytes

Snakke om til venner

Dele med andre

Bare til den som får

Nyter mens du spiser

Dele, men bare litt

Gjemme sjokoladen

Vise til andre

Snakke om gaven

Behandle med respekt

Bruke som belønning

Tenke på hvor mye det koster

Sammenligne med andre konfekter

Nyter den med du spiser

sammenligne smaker

Snakke om sjokoladen

Snakke om pakning

samenligne med andre sjokolader

Ser på bilder av sjokoladen

Bruke lang tid på å velge smak

diskutere dikt

snakke om andre konfekter
 sammenligne med bloster
 Gjemme sjokoladen
 Behandle med respekt
 snakke om gacen
 leser om smakene
 Ser på bildene av smakene
 Diskutere smaken
 Ser nøye på innpakning
 Snakke om gave til venner
 Snakke om favoritt sjokoladen din til venne
 ringe og fortelle hvor fantastisk gaven var
 Ta vare på innpakning etter at sjokoladen er spist opp
 Ta vare på deler av innpakningen for et minne
 Leser diktet mange ganger
 Kjøper det samme til andre
 Bestiller mer til seg selv
 vil smake andre ting av samme produsent
 Vil smake andre smaker
 Diskutere pakning generelt
 Leser mer om firma
 er etter andre produkter
 Ser etter innhold
 Nyter bilder av sjokoladen
 Ser etter andre du kan gi dette til
 Velge gave etter det andre sir
 Se hvordan de lager sjokoladen
 Se etter hva annet som finnes av alternative
 Tenker på forventningene til den du gir gave
 Teker på hvem du fikk den av hver gang du spise
 Kjøpe den i gave til andre
 Vil vite mer om produktet
 sammenligner med andre konfekter
 samler på gaven
 Lar den vare lenge
 ikke dele med andre
 Anbefaler den til andre
 Spiser den med champagne
 Gjemmer den til en spesiell anledning
 Gjemmer den for at andre skal få smake
 blir ssint hvis andre har spist den
 vil ha nyhetsbrev om sjokoladen

Bare sjokolade til voksne
 Deler ikke med barn
 Blir interessert i sjokolade
 Kjøper andre konfekt sjokolader
 Kjøper andre sjokolader med samme smak
 Kjøper andre konfekter
 Legger mer merke til hva sjokolade smaker
 Blir sint hvis noen andre har spist opp
 Bruke som belønning
 Syns ikke det er verdt pengene
 Syns ikke det smaker noe bedre enn vanlig sjokolade
 Blir interessert i smaker
 Lager mer desserter
 Vill vite mer om produktet
 Ønsker deg det til en senere anledning
 Ønsker deg det istedenfor blomster
 Fortelle det til venne dine
 sammenligne med bloster
 sammenligner med andre gaver
 Syns det er personlig
 Syns det er bra kvalitet
 Tenker på mottakers bedskejd
 Ringer for å snakke om det
 Tar med til andre for at de skal få smake
 Gjemmer til spesielle anledninger

Kjøper til seg seg
 Unner seg selv noe godt
 Finner en sjokoladesmak de ikke har smakt før
 vil ha kvalitetssjokolade
 Vil ha den beste sjokoladen for nytelse
 Vil ha "sunn og ekte" sjokolade
 Vil ha sjokolade til sjokoladesmaking
 Vil sammenligne ed andre kvalitetsjokolader
 Vil sammenligne med butikk sjokolade
 Vil servere som dessert i et fint selskap
 Vil ha til kaffekos
 Vil ha sjokolade som reflekterer årstidene

Iete etter rette butikk

Bestemmer hvilken butikk å gå i

Går i butikk i lunchen

Går i butikken etter jobb

Lete etter anbefalinger

Spør i butikken etter råd

Spør venner om råd

Ring en venn og ber om gode ideer

Lete på nettet etter ideer

Sjenerelle anbefalinger

Lete på nettet etter ideer

Spesiell anbefaling**Imøtekomme mottakers ønsker**

Spør venner av personn hva han/hun ønsker seg

Spør hva andre ville ha gitt

Spør hva andre har gitt andre

Spør hva personen ønsker seg

Tenker etter hva mottaker ville satt pris på

Tenker på forventningene til den du gir gave

Imøtekomme egne krav til gave

Vurdere pris i forhold til relasjon

En gave som viser til givers gode smak

Ser etter om gaven er moralsk bra

Vurder budskapet gaven gir

Noe som kan assosieres med giveren

Vil satse på et safed produkt

Velger gave etter relasjon til mottaker**"Prøve først. Bekreftelse på at gaven er til standard**

Prøvesmake eller prøve produktet først

Se, ta på gaven i butikk

Se eksempler

Få bekreftelse fra butikk, salgsperson

Tenker etter om forhold, pris, relasjon

Lete etter kvalitet for pengene

Vurdere kvalitet på gaven

Kjøper for andre

Levering

Pris ikke hviktig hvis det kan leveres raskt

Må leveres raskt

Ikke nøye hva det er bare den blir levert i tide

Kjøper på nettet

Velge gave etter spesifikasjoner

Velger gave etter etikk

Velger gave etter innhold

Leter etter en gave som kan sendes i posten

Hvordan betale for gaven

Betale med fakture

Betale i kassen, men butikken bringer

Tenker hva forventningene til gaven vil være

Tenker på hvilken anledning gaven er til

Leter etter noe eksklusivt

Leter etter noe personlig

Leter etter noe ikke så personlig

Leter etter den unike gaven

Leter etter noe spesielt som de ikke får eller har

Leter etter noe nyttig

"Meldingen" gaven skal sende

Leter etter en gave som er personlig

Leter etter noe utenom det vanlige

Noe som skal nytes

Noe bare til den sktuelle personen

Noe som reflektere tilbake på meg selv

Leter etter gave uten personlig involvering

En gave som kan passe de fleste

Leter etter noe som også kan kjøpes til seg selv

Skape relasjoner

Snakke om til venner

Dele med andre

Hva er gaven laget av

Ser etter om det er bra for miljøet
Kvalitet viktig

Velg gave utifra pris

Ute etter noe spesielt
Velger gave etter pris

Ser etter noe som kan levers raskt

Velger gaven etter tidespress
Ser etter størrelsen

Presentasjon

Ser etter hvordan innpakningen er
Leter etter en gave med fin innpakning

Vi viser gjennom gave at det ikke er tilfeldig**Vil velge ut gave selv**

Tar med hjem for å pakke selv
Overekke gaven selv
Tenker på tanken bak gaven
Ute etter noe spesielt

Gjemme sjokoladen

Vise til andre
Snakke om gaven
Behandle med respekt
Snakke om sjokoladen
Tenke på hvor mye det koster

Nyter den med du spiser

Snakke om sjokoladen

Sammenligne

Sammenligne med andre konfekter
sammenligne smaker
Sammenligne pris med andre konfekter/ sjokolader / gaver
sammenligne med andre sjokolader

Diskutere produktet

diskutere dikt
Diskutere pakning generelt
Diskutere smaken

diskutere med venner

Snakke om gave til venner
sammenligne smaker
Snakke om pakning
Snakke om favoritt sjokoladen din til venne

Sted å kjøpe**Studere innhold**

leser om smakene
 snakke om andre konfekter
 Ser nøye på innpakning
 Ser på bildene av smakene
 Nyter bilder av sjokoladen
 Ser på bilder av sjokoladen

Sammenligner med andre gaver

samenligne med bloster
 snakke om gacen

Sammenligne pris i forhold til andre ting

ringe og fortelle hvor fantastisk gaven var

Leser diktet mange ganger
 Kjøper det samme til andre

Bestiller mer til seg selv

Ser på bildene av smakene

Finner ut mer om gaven

Leser mer om firma
 er etter andre produkter
 Vil smake andre smaker
 Ser etter innhold
 Ser etter andre du kan gi dette til
 Vill vite mer om produktet
 Velge gave etter det andre sir

Når du spiser , tenker på hvem og når du fikk gaven

Teker på hvem du fikk den av hver gand du spise
 Kjøpe den i gave til andre
 Tenker på mottakers bedskejd

Lager regler om sjokoladen/gaven

Bare sjokolade til voksne
 Deler ikke med barn

Kjøper andre sjokolader med samme smak

Legger mer merke til hva sjokolade smaker
 Kjøper andre konfekter

Blir interessert i sjokolade

Kjøper andre konfekt sjokolader
 sammenligne med andre sjokolader

Blir interessert i smaker

Lager mer desserter

Ønsker deg det til en senere anledning
 Ønsker deg det istedenfor blomster

Anbefaler den til andre
 Fortelle det til venne dine

samenligne med andre sjokolader

Er ikke imponert over gacen

Syns ikke det smaker noe bedre enn vanlig sjokolade

Prøver å finne noe lignende

Prøver å finne de samme smakene

Bruke som belønning

Blir sint hvis noen andre har spist opp
 Syns ikke det er verdt pengene
 Ringer for å snakke om det
 Lar den vare lenge

Vil vite mer om produktet

vil smake andre ting av samme produsent
Se hvordan de lager sjokoladen
Se etter hva annet som finnes av alternative
vil ha nyhetsbrev om sjokoladen

Hvordan spise sjokoladen

Nyter mens du spiser
Dele, men bare litt
Bare til den som får
Bruke som belønning
ikke dele med andre

Nyter spisingen

Bruke lang tid på å velge smak
Nyter den med du spiser

Gjemmer til spesielle anledninger

Gjemmer den for at andre skal få smake
Tar med til andre for at de skal få smake
Gjemme sjokoladen

Dra til andre konfektbutikker

Dra til andre konfektbutikker med venner

Spiser den til annet tilbehør

Spiser den med champagne
Spiser den som dessert
Spiser den med alkohol

Minne i gaven

Ta vare på innpakning etter at sjokoladen er spist opp
Ta vare på deler av innpakningen for et minne
samler på gaven

Iete etter rette butikk

Bestemmer hvilken butikk å gå i

Går i butikk i lunchen

Går i butikken etter jobb

Lete etter anbefalinger

Spør i butikken etter råd

Spør venner om råd

Ring en venn og ber om gode ideer

Lete på nettet etter ideer

Sjenerelle anbefalinger

Lete på nettet etter ideer

Spesiell anbefaling**Imøtekomme mottakers ønsker**

Spør venner av personn hva han/hun ønsker seg

Spør hva andre ville ha gitt

Spør hva andre har gitt andre

Spør hva personen ønsker seg

Tenker etter hva mottaker ville satt pris på

Tenker på forventningene til den du gir gave

Imøtekomme egne krav til gave

Vurdere pris i forhold til relasjon

En gave som viser til givers gode smak

Ser etter om gaven er moralsk bra

Vurder budskapet gaven gir

Noe som kan assosieres med giveren

Vil satse på et safed produkt

Velger gave etter relasjon til mottaker**"Prøve først. Bekreftelse på at gaven er til standard**

Prøvesmake eller prøve produktet først

Se, ta på gaven i butikk

Se eksempler

Få bekreftelse fra butikk, salgsperson

Tenker etter om forhold, pris, relasjon

Lete etter kvalitet for pengene

Vurdere kvalitet på gaven

Kjøper for andre

Levering

Pris ikke hviktig hvis det kan leveres raskt

Må leveres raskt

Ikke nøye hva det er bare den blir levert i tide

Kjøper på nettet

Velge gave etter spesifikasjoner

Velger gave etter etikk

Velger gave etter innhold

Leter etter en gave som kan sendes i posten

Hvordan betale for gaven

Betale med fakture

Betale i kassen, men butikken bringer

Tenker hva forventningene til gaven vil være

Tenker på hvilken anledning gaven er til

Leter etter noe eksklusivt

Leter etter noe personlig

Leter etter noe ikke så personlig

Leter etter den unike gaven

Leter etter noe spesielt som de ikke får eller har

Leter etter noe nyttig

"Meldingen" gaven skal sende

Leter etter en gave som er personlig

Leter etter noe utenom det vanlige

Noe som skal nytes

Noe bare til den sktuelle personen

Noe som reflektere tilbake på meg selv

Leter etter gave uten personlig involvering

En gave som kan passe de fleste

Leter etter noe som også kan kjøpes til seg selv

Skape relasjoner

Snakke om til venner

Dele med andre

Hva er gaven laget av

Ser etter om det er bra for miljøet
Kvalitet viktig

Velg gave utifra pris

Ute etter noe spesielt
Velger gave etter pris

Ser etter noe som kan levers raskt

Velger gaven etter tidespress
Ser etter størrelsen

Presentasjon

Ser etter hvordan innpakningen er
Leter etter en gave med fin innpakning

Vi viser gjennom gave at det ikke er tilfeldig**Vil velge ut gave selv**

Tar med hjem for å pakke selv
Overekke gaven selv
Tenker på tanken bak gaven
Ute etter noe spesielt

Gjemme sjokoladen

Vise til andre
Snakke om gaven
Behandle med respekt
Snakke om sjokoladen
Tenke på hvor mye det koster

Nyter den med du spiser

Snakke om sjokoladen

Sammenligne

Sammenligne med andre konfekter
sammenligne smaker
Sammenligne pris med andre konfekter/ sjokolader / gaver
sammenligne med andre sjokolader

Diskutere produktet

diskutere dikt
Diskutere pakning generelt
Diskutere smaken

diskutere med venner

Snakke om gave til venner
sammenligne smaker
Snakke om pakning
Snakke om favoritt sjokoladen din til venne

Sted å kjøpe**Studere innhold**

leser om smakene
 snakke om andre konfekter
 Ser nøye på innpakning
 Ser på bildene av smakene
 Nyter bilder av sjokoladen
 Ser på bilder av sjokoladen

Sammenligner med andre gaver

samenligne med bloster
 snakke om gacen

Sammenligne pris i forhold til andre ting

ringe og fortelle hvor fantastisk gaven var

Leser diktet mange ganger
 Kjøper det samme til andre

Bestiller mer til seg selv

Ser på bildene av smakene

Finner ut mer om gaven

Leser mer om firma
 er etter andre produkter
 Vil smake andre smaker
 Ser etter innhold
 Ser etter andre du kan gi dette til
 Vill vite mer om produktet
 Velge gave etter det andre sir

Når du spiser , tenker på hvem og når du fikk gaven

Teker på hvem du fikk den av hver gand du spise
 Kjøpe den i gave til andre
 Tenker på mottakers bedskejd

Lager regler om sjokoladen/gaven

Bare sjokolade til voksne
 Deler ikke med barn

Kjøper andre sjokolader med samme smak

Legger mer merke til hva sjokolade smaker
 Kjøper andre konfekter

Blir interessert i sjokolade

Kjøper andre konfekt sjokolader
 sammenligne med andre sjokolader

Blir interessert i smaker

Lager mer desserter

Ønsker deg det til en senere anledning
 Ønsker deg det istedenfor blomster

Anbefaler den til andre
 Fortelle det til venne dine

samenligne med andre sjokolader

Er ikke imponert over gacen

Syns ikke det smaker noe bedre enn vanlig sjokolade

Prøver å finne noe lignende

Prøver å finne de samme smakene

Bruke som belønning

Blir sint hvis noen andre har spist opp
 Syns ikke det er verdt pengene
 Ringer for å snakke om det
 Lar den vare lenge

Vil vite mer om produktet

vil smake andre ting av samme produsent
Se hvordan de lager sjokoladen
Se etter hva annet som finnes av alternative
vil ha nyhetsbrev om sjokoladen

Hvordan spise sjokoladen

Nyter mens du spiser
Dele, men bare litt
Bare til den som får
Bruke som belønning
ikke dele med andre

Nyter spisingen

Bruke lang tid på å velge smak
Nyter den med du spiser

Gjemmer til spesielle anledninger

Gjemmer den for at andre skal få smake
Tar med til andre for at de skal få smake
Gjemme sjokoladen

Dra til andre konfektbutikker

Dra til andre konfektbutikker med venner

Spiser den til annet tilbehør

Spiser den med champagne
Spiser den som dessert
Spiser den med alkohol

Minne i gaven

Ta vare på innpakning etter at sjokoladen er spist opp
Ta vare på deler av innpakningen for et minne
samler på gaven

	Bedriftsleder som vil ha gave til ansatte	Kvinne som vil ha gave ti Inær familie	Mann som vil ha gave til familien, nær	Kvinne som kjøper gave til seg selv	Sjokoladeelsker	Utdannet, med familie og god tid	Snobb	Husmor, opptatt av velvære og familie	God råd	Ikke god råd
lete etter rette butikk/avsender	x									
Lete etter anbefalinger		x	x	x	x	x	x	x	x	
Ringer en venn og ber om gode ideer	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Sjenerelle anbefalinger		x	x	x	x	x	x			x
Spesiell anbefaling		x	x	x	x	x	x	x	x	x
Imøtekomme mottakers ønsker	x	x	x			x	x	x	x	x
Imøtekomme egne krav til gave	x			x	x	x	x	x	x	
Velger gave etter relasjon tl mottaker	x	x	x		x	xx	x	x	x	x
"Prøve først. Bekreftelse på at gaven er til standard	x	x				x	xx	x	x	x
Tenker etter om forhold, pris, relasjon	x	x			x	x	x	x		x
Hva er gaven laget av	x			x	x	x	x	x	x	x
Velgae gace utifra pris	x	x	x	x	x	x			x	
Ser etter noe som kan levers raskt			x					x		
Presentasjon	x	x				x	x	x		
Vi vise gjennom gave at det ikke er tilfeldig	x	x	x			x	x	x	x	
Vil Velge ut gave selv		x				x	x		x	
Tar med hjem for å pakke selv/ viktig med innpakning		x								
Kjøper for andre										
Levering			x				x			x
Velge gave etter spesifikasjoner					x	x	x	x		
Hvordan betale for gaven								x		x
Tenker hva forventningene til gaven vil være		x	x		x	x	x	x		
"Meldingen" gaven skal sende	x	x	x		x	x	x	x	x	x
Leter etter gave uten personlig innvolvering	x			x		x		x		
Skape relasjoner	x	x				x	x	x		x
Snakke om gaven										
Snakke om sjokoladen										
Sammenligne		x		x	x	x	x	x		
Diskutere produktet		x			x	x	x			
Diskutere pakning generelt		x			x					
Diskutere smaken		x			x					
sammenligne smaker		x			x					

	Bedriftsleder som vil ha gave til ansatte	Kvinne som vil ha gave ti Inær familie	Mann som vil ha gave til familien, nær	Kvinne som kjøper gave til seg selv	Sjokoladeelsker	Utdannet, med familie og god tid	Snobb	Husmor, opptatt av velvære og familie	God råd	Ikke god råd
Sammenligne pris i forhold til andre ting	x	x			x	x	x			
Finner ut mer om gaven		x		x	x	x	x	x		
Når du spiser , tenker på hvem og når du fikk gaven		x		x		x	x	x		
Vil vite mer om produktet		x		x	x	x	x	x		
vil smake andre ting av samme produsent		x		x		x				
Hvordan spise sjokoladen					x	x		x		
Nyter spisingen				x	x	x	x	x		
Blir interessert i sjokolade		x		x		x	x	x		
Kjøper andre sjokolader med samme smak				x	x	x		x		
Blir interessert i smaker				x		x	x	x		
samenligne med andre sjokolader				x		x				
Er ikke imponert over gacen						x	x			
Prøver å finne noe lignende				x	x	x		x		
Blir sint hvis noen andre har spist opp				x	x	x		x		
Syns ikke det er verdt pengene						x				
Gjemmer til spesielle anledninger				x	x	x	x	x		
Dra til andre konfektbutikker				x	x	x	x	x		
Spiser den til annet tilbehør				x		x	x	x		
Minne i gaven						x		x		
Leser mer om firma				x	x	x	x	x		
Tenke på presentasjonene av gaven						x	x	x		

	Bedriftsleder som vil ha gave til ansatte	Kvinne som vil ha gave ti Inær familie	Mann som vil ha gave til familien, nær	Kvinne som kjøper gave til seg selv	Sjokoladeelsker	Utdannet, med familie og god tid	Snobb	Husmor, opptatt av velvære og familie	God råd	Ikke god råd
lete etter rette butikk/avsender	x									
Lete etter Anbefalinger		x	x	x	x	x	x	x	x	
Ringer en venn og ber om gode ideer	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Sjenerelle anbefalinger		x	x	x	x	x	x			x
Spesiell anbefaling		x	x	x	x	x	x	x	x	x
Imøtekomme mottakers ønsker	x	x	x			x	x	x	x	x
Imøtekomme egne krav til gave	x			x	x	x	x	x	x	
Velger gave etter relasjon tl mottaker	x	x	x		x	xx	x	x	x	x
"Prøve først. Bekreftelse på at gaven er til standard	x	x				x	xx	x	x	x
Tenker etter om forhold, pris, relasjon	x	x			x	x	x	x		x
Hva er gaven laget av	x			x	x	x	x	x	x	x
Velgae gace utifra pris	x	x	x	x	x	x			x	
Ser etter noe som kan levers raskt			x					x		
Presentasjon	x	x				x	x	x		
Vi vise gjennom gave at det ikke er tilfeldig	x	x	x			x	x	x	x	
Vil Velge ut gave selv		x				x	x		x	
Tar med hjem for å pakke selv/ viktig med innpakning		x								
Kjøper for andre										
Levering			x				x			x
Velge gave etter spesifikasjoner					x	x	x	x		
Hvordan betale for gaven								x		x
Tenker hva forventningene til gaven vil være		x	x		x	x	x	x		
"Meldingen" gaven skal sende	x	x	x		x	x	x	x	x	x
Leter etter gave uten personlig innvolvering	x			x		x		x		
Skape relasjoner	x	x				x	x	x		x
Snakke om gaven										
Snakke om sjokoladen										
Sammenligne		x		x	x	x	x	x		
Diskutere produktet		x			x	x	x			
Diskutere pakning generelt		x			x					
Diskutere smaken		x			x					
sammenligne smaker		x			x					

	Bedriftsleder som vil ha gave til ansatte	Kvinne som vil ha gave ti Inær familie	Mann som vil ha gave til familien, nær	Kvinne som kjøper gave til seg selv	Sjokoladeelsker	Utdannet, med familie og god tid	Snobb	Husmor, opptatt av velvære og familie	God råd	Ikke god råd
Sammenligne pris i forhold til andre ting	x	x			x	x	x			
Finner ut mer om gaven		x	x	x		x	x	x		
Når du spiser , tenker på hvem og når du fikk gaven		x	x			x	x	x		
Vil vite mer om produktet		x	x	x		x	x	x		
vil smake andre ting av samme produsent		x	x			x				
Hvordan spise sjokoladen					x	x		x		
Nyter spisingen			x	x		x	x	x		
Blir interessert i sjokolade		x	x			x	x	x		
Kjøper andre sjokolader med samme smak			x	x		x		x		
Blir interessert i smaker			x			x	x	x		
samenligne med andre sjokolader			x			x				
Er ikke imponert over gacen						x	x			
Prøver å finne noe lignende			x	x		x		x		
Blir sint hvis noen andre har spist opp			x	x		x		x		
Syns ikke det er verdt pengene						x				
Gjemmer til spesielle anledninger			x	x		x	x	x		
Dra til andre konfektbutikker			x	x		x	x	x		
Spiser den til annet tilbehør			x			x	x	x		
Minne i gaven						x		x		
Leser mer om firma			x	x		x	x	x		
Tenke på presentasjone av gaven						x	x	x		