

# Så vill kunderna ha mjölken serverad



*Arla testar en ny mjölkförpackning. Kunderna har talat om hur de vill ha den.*

– Inom Arla arbetar vi kontinuerligt med konsumentinsikt, berättar Krister Karjalainen, som är Nordic Web Manager hos Arla. Vi har under en tid arbetat tillsammans med Tetra Pak med att förbättra våra mjölkförpackningar. I det arbetet fick vi klart för oss att förpackningen kunde moderniseras och bli mer praktisk och lätthanterlig.

– Vi vill förstås att konsumenterna ska vara nöjda med våra produkter i alla delar. Därför satte vi igång ett undersökningsarbete för att få fram mjölkdrickarnas synpunkter på vår nya förpackning.

## Många enkätsvar

Den nya mjölkförpackningen prövades i delar av Småland och Västergötland. För att få veta vad konsumenterna tyckte uppmuntrades de att svara på frågor på Arlas hemsida. Med hjälp av en liten tävling lockades de in till hemsidan och det kom in ett mycket stort antal enkätsvar.



Enkäten hanterades smidigt med hjälp av Webpols webbverktyg.

– Vi kunde sköta hela undersökningen på egen hand och det gjorde arbetet både flexibelt och kostnadseffektivt, säger Krister.

Resultatet från undersökningen var uppmuntrande. Den nya formen på mjölkförpackningen vann konsumenternas gillande.



*Arla Foods AB ägs av omkring 8 000 mjölkproducenter i Sverige och Danmark. Arla förädlar och marknadsför mjölkprodukter, både på den nordiska marknaden och internationellt. Arlas mission är att erbjuda moderna konsumenter naturliga mjölk-baserade livsmedel som skapar inspiration, trygghet och välbefinnande.*



## En stor fråga

– Att börja använda en helt ny förpackning är en mycket stor fråga för Arla. Därför var det ovärderligt att få indikationer om konsumenternas uppfattning innan vi fattade det slutliga beslutet. Att kunna arbeta med en effektiv webbundersökning hjälpte oss mycket.

– Nu vet vi att vi satsar rätt när vi presenterar vår nya förpackning, konstaterar Krister. Det ger oss säkerhet i vårt fortsatta arbete och vi får en bra grund i våra kontakter med butikerna och i vår kommunikation med mjölkdrickarna.

Det är inte sista gången Arla använder Webpols verktyg för att kommunicera med sina kunder. Inom kort görs en ny webbundersökning, där man önskar respons på Arlas nydesignade varumärke.