

<i>Titill / Title</i>	Humarsoð Kokksins vöruþróun og markaðssetning / Lobster Bisque from the Chef – development and marketing		
<i>Höfundar / Authors</i>	Vigfús Ásbjörnsson, Jón Sölvi Ólafsson		
<i>Skýrsla / Report no.</i>	02-13	<i>Útgáfudagur / Date:</i>	Janúar 2013
<i>Verknr. / Project no.</i>	2072	Skýrsla lokuð til 01.02.2015	
<i>Styrktaraðilar /Funding:</i>	AVS rannsóknasjóður í sjávarútvegi		
<i>Ágríp á íslensku:</i>	<p>Tilgangur verkefnisins var að hefja markaðsókn bæði á innlenda og erlenda markaði á Humarsoði Kokksins. Framkvæmd var markaðsrannsókn bæði á innanlandsmarkaði og á erlendum mörkuðum. Viðskiptasambönd voru búin til inná erlenda markaði auk þess sem farið var út í mikla vöruhönnun á afurðinni sem nýtist bæði innanlands og á erlendum mörkuðum.</p> <p>Varan var gerð tilbúin fyrir erlenda markaði þannig að hægt sé að senda vörur út með litlum fyrirvara. Gerð var tillaga um hvernig best sé að haga framleiðslunni og gera afurðina hagkvæmari í framleiðslu auk þess sem öflug markaðsherferð var sett í gang sem skilaði 30% söluaukningu strax í upphafi herferðarinnar.</p>		
<i>Lykilorð á íslensku:</i>	<i>Markaðir, humarsoð, framleiðsla, kynning.</i>		
<i>Summary in English:</i>	<p>The purpose of the project was to initiate target attendance in both domestic and overseas market for the Lobster Bisque from the chef. A market research was performed both in domestic and foreign markets. Business relationships were developed onto foreign markets as well as the product was taken into a major product design process which can be used both on domestic as well as foreign markets in order to make the product ready to be sent out to foreign markets in the future. It was proposed how the best in practice production for the product could look like in order to make the production more efficient. In the end a power full marketing process was lunched which generated 30% increase in sale for the domestic market.</p>		
<i>English keywords:</i>	<i>Lobster, bisque, market.</i>		