

3 röster

”Vi har, precis som de flesta andra, en slimmad organisation där jag är den enda produktutvecklaren. Att få möjlighet att bygga nätverk med likasinnade på det här viset är därför oerhört värdefullt. Även om vi kommer från helt olika typer av företag så delar vi samma utmaningar och det är skönt att ha byggt upp kontakter med andra som verkligen förstår. Det jag framförallt tar med mig från kursen är vikten av insikter för idégenerering. Att bara ha en massa idéer leder sällan någonstans. Därför är det jätteviktigt att jobba nära kunden, som i sin tur möter slutkunden.”

Hanna Ottosson, produktutvecklare på Aryzta Bakeries Nordic, ett företag som är specialiserat på korv- och hamburgerbröd och som bland annat levererar till McDonald's i Norden.

”Det var min chef som tipsade mig om den här utbildningen och jag tyckte att det lät spännande. Inte minst som jag är relativt ny på tjänsten och behöver bygga nätverk i branschen. Jag har en bred roll på Sevan Hummus Factory, varför en stor del av de ämnen som kursen berört är direkt relevanta för mig. En av de största utmaningarna i min roll är att förstå kundens behov i ett tidigt skede, vilket är något av just det som diskuterats under kursen. Överlag tycker jag att utbildningen har varit väldigt innehållsrik och jag känner att jag behöver lite tid för att smälta allt. Framförallt bär jag med mig den del av kursen som Robert Svanberg från Zinnov8 höll i, med konkreta och kreativa verktyg för att få nya idéer och insikter för att lyckas med produktutveckling. Det vore intressant att läsa kursen igen om ett år, eftersom jag då nog skulle upptäcka nya dimensioner.”

Sanna Pyykönen, produktutvecklingsansvarig på Sevan Hummus Factory, marknadsledande i Sverige på livsmedelsprodukter från Mellanöstern.

”Jag är kock i grunden och jobbade många år på krogar som Sjömagasinet och Fiskekrogen i Göteborg innan jag blev rekryterad till den norska sjömatindustrin. Det var faktiskt jag som etablerade Salmalaxen på den svenska marknaden. På Glitne, där jag jobbat i drygt ett år, är jag affärsområdesansvarig men hamnar ofta i olika projekt kring nya produkter och produktutveckling. Har man ambitionen att få människor att äta mer sjömat så måste man utveckla nya produkter som stämmer med olika trender, som exempelvis allt ökat fokus på hållbarhet.

Jag kände därför att jag ville ha mer kunskap för att få bättre koll på den bakomliggande processen. Den här utbildningen har gett mig bredare insikt och många värdefulla diskussioner. Sedan hade gärna sett lite mer fördjupning kring exempelvis emballage och olika miljöutmaningar.”

Johan Gref, affärsområdesansvarig för det norska fiskföretaget Glitne, som odlar och förädlar hälleflundra.