



## Giv forbrugeren værdi gennem websitet

Da Thorfisk A/S besluttede, at virksomhedens website trængte til en udskiftning, traf man samtidig en strategisk beslutning om at kommunikere mere direkte til den enkelte forbruger.

Selv om en privat forbruger ikke køber sine varer direkte hos en produktionsvirksomhed, er produktionsvirksomheden naturligvis interesseret i positive og engagerede kunder ude i detalledet. Derfor er det ganske logisk, at en produktionsvirksomhed som Thorfisk gerne vil gøre opmærksom på sine produkter over for detailkunderne. Thorfisk hører til blandt landets absolutte sværvægttere i fiskeindustrien – og køber man en pakke frisk fisk i supermarkedet, står der næsten med garanti Thorfisk på banderolen rundt om den blå pakke. Thorfisk A/S er i dag en del af den store norske koncern Norway Seafoods AS.

“Hvis vi skal gøre os håb om at kommunikere med forbrugerne, skal vi naturligvis tilbyde dem noget, som de kan bruge,” siger Lise Fangel, der er webredaktør hos Thorfisk. “Vi besluttede derfor tidligt i processen, at en opskriftssamling med fiskeretter, der løbende blev opdateret, skulle være en bærende del af vores nye website.”

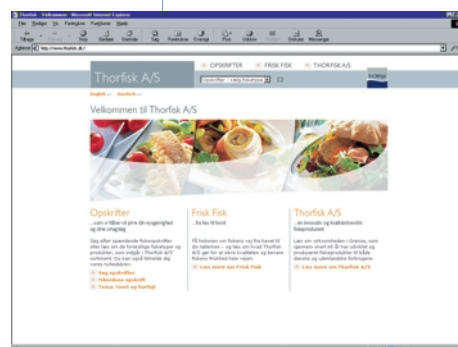
Via Tangora Partneren Dimension5 blev Lise Fangel præsenteret for Tangora CMS – og hun kunne straks se potentialet i Tangoras databasemodul, der ville give Thorfisks ønsker til opskriftssamlingen væsentlige fordele i forhold til søgning, opdatering og sprogversioner. Sitet findes i dag i en dansk, en engelsk og en tysk version – alle baseret på den samme database.

### Funktionelt, økonomisk og brugervenligt

“Der var tre hovedgrunde til, at vi valgte en Tangora-løsning,” forklarer Lise Fangel. “Først og fremmest muligheden for at opbygge en opskriftsdatabase, der kunne opfylde vores ønsker og behov med hensyn til funktionalitet og præsentation. Dernæst prisen, der var



Webredaktør Lise Fangel, Thorfisk A/S



Thorfisks nye website er skræddersyet ved hjælp af standardsoftware og hænger naturligvis grafisk sammen med virksomhedens øvrige designlinje.

**Lise Fangel,  
Thorfisk:  
Prisen for det nye  
website var meget  
konkurrencedygtig,  
og systemet er  
nemt at forstå og  
at bruge.**

meget konkurrencedygtig. Endelig spillede det en væsentlig rolle, at systemet er nemt at forstå og at bruge.”

En besøgende på Thorfisks website kan søge i opskrifts-databasen ud fra tre overordnede kriterier: Fisketype, ingredienser og sværhedsgrad. Fisketype og sværhedsgrad vælges ud fra nogle drop down-felter, mens søgefeltet Ingredienser er beregnet til at søge med fri tekst. Og opskrifterne er ved hjælp af en indbygget funktion i databasemodulet kædet sammen med produkt-databasen, så forbrugeren på en bestemt opskriftsside lige kan klikke sig til produktsiden om netop det produkt, der indgår i den aktuelle opskrift.

Som webredaktør har Lise Fangel også god hjælp af databasemodulet. Hvis hun fx tilføjer en ny fisketype i forbindelse med indtastningen af en ny opskrift, så kan den nye fisketype med det samme vælges af den besøgende på websitet. Den integrerede struktur bevirker, at én indtastning er nok, så bliver alle relationer automatisk opdateret. I øvrigt har Dimension5 defineret en skabelon, der sørger for, at den – i bogstavelig forstand appetitvækkende – præsentation af en opskrift altid passer til layoutet.

**Redigering, appel og grafisk sammenhæng**

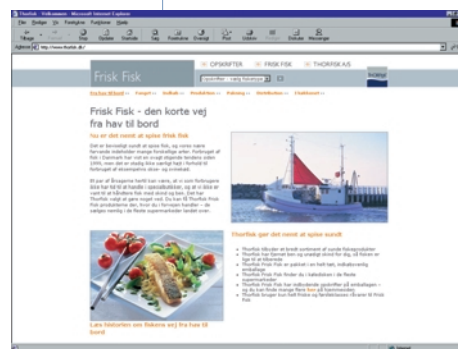
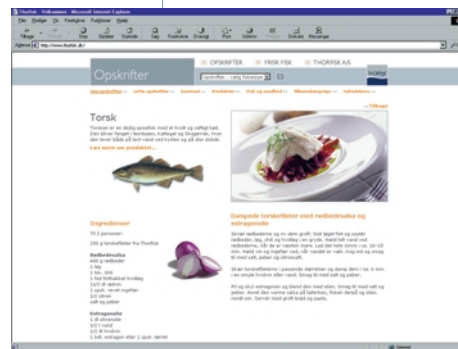
Lise Fangel er meget tilfreds med det nye website, der lever op til alle de tre overordnede krav, som Thorfisk satte op, da udskiftningen af det gamle site blev besluttet: Thorfisk skulle selv kunne redigere indholdet, sitet skulle appellere til forbrugeren, og der skulle være en klar grafisk sammenhæng med virksomhedens nye designlinje, der bl.a. også inkluderer banderolerne på Thorfisk-pakkerne i supermarkedernes kølediske.

”På Thorfisks tidligere website var vi bundet til at skulle bruge en eksternt partner, når indholdet skulle redigeres og opdateres,” siger Lise Fangel. ”Det ville være en helt uholdbar måde at arbejde på i forbindelse med vores nye website, når nu forbrugerkommunikation og dermed jævnlig opdatering af fx opskriftssamlingen er blevet en del af vores strategi. Som en anden del af kommunikationen med forbrugerne – og vores ønske om at tilbyde dem noget værdi – arbejder vi i øvrigt med udsendelse af elektroniske nyhedsbreve med nye opskrifter hver måned. Tilmelding, abonnentkartotek og udsendelse styres af Tangoras nyhedsbrevmodul.”

**”Skræddersyet ved hjælp af standardsoftware”**

Lise Fangel har tidligere arbejdet med en anden CMS-plattform, men var ikke i tvivl om valget af Tangora CMS, da Dimension5 kunne præsentere en løsning, der med partnerens ord var ”skræddersyet ved hjælp af standardsoftware” – en væsentligt baggrund for løsningens attraktive pris. I alt indgår der for 44.000 kroner Tangora-moduler i løsningen. Og da Lise Fangel ved selvsyn kunne konstatere, at indlæringen og brugen af løsningen var ganske enkel, betænkte hun og Thorfisk sig ikke ret længe.

Efterfølgende har virksomheden da heller ikke fortrudt hverken valget af plattform eller af partner – projektet er gennemført fuldstændig som beskrevet fra første projektmøde – og til aftalt tid og pris.



En skabelon sørger for, at opskrifter og andet indhold altid passer til layoutet – og virker appetitvækkende.

**En Tangora CMS løsning leveres gennem autoriserede Tangora Partnere, som er specialister i internet, kommunikation og grafisk design.**

**Kontakt Tangora Software A/S eller en Tangora Partner for at få yderligere information og en uforpligtende demonstration af Tangora CMS.**



Tangora Software A/S  
NOVI, Niels Jernes Vej 10  
9220 Aalborg Ø  
tlf 9635 4232  
fax 9635 4599  
info@tangora.com  
www.tangora.com