



Antal blad /
Number of sheets

11 ✓

+ Fk

TENTAMEN / EXAMINATION

Anvisningar: Skriv din anonymitetskod på varje blad.
Endast en uppgift får lösas på varje blad.
Var vänlig skriv tydligt!

Instructions: Write your anonymous code on each sheet.
Answer only one question on each sheet.
Please write clearly!

Vänligen texta anonymitetskoden i textboxen enligt exempel nedan!
Please write the Anonymous Code clearly in the textbox like example below!

Bokstäver/Letters:

A-B-C-D-E-F-G-H-I-J-K-L-M-N-O

P-Q-R-S-T-U-V-W-X-Y-Z-Å-Ä-Ö

Siffror/Numbers:

Ø-1-2-3-4-5-6-7-8-9

Exempel:

A B C 1 7 Ø - Ø 1 7

FEGA01 Företagsekonomi I

Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

Marknadsföring

Delkurs / Part course:

Anonymitetskod / Anonymous code =
Kurskod + kodnr / course code + code number

FEGAØ1 - Ø49 ✓

Tentamensdatum /
Examination date:

15/10-15

Behandlade uppgifter / Solved problems

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Ifylles av lärare / To be completed by the examiner

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

Poäng / Marks gained: 65,5

Betyg / Grade: G

Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner

Max poäng / Total marks gained: 100

Namnförtydligande / Clarification of the signature

För Gk poäng / Marks gained to be passed: 60

Anonymitetskod: FEGA01-049

Svarshäfte till Fråga 1
Alla lärare

FEGA01/FEGA46 Marknadsföring

**OBS Om ytterligare blad behövs måste
dessa häftas samman i vänster hörn i
svarshäftet**



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
 (Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
 (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

Löpande sidnr
 Consecutive no:

1

FEGAO1-049

Skriv ej i detta område
 Leave this area blank

Uppgift nr /
 Question no:

1

Poäng / Points
 awarded:

11,5

Lärens
 anteckning
 Examiner's remarks:

A) Skillnaden mellan kostnaden på produkten och hur bra produkten tillmötes går behovet/önskemålet.

3

B) Att samtidigt ^{som man} tillmötes går dagens kundbehov behöver man tänka på framtiden, så som miljö, hälsa hos kunder etc.

2

C) Hur bra produkten/tjänsten matchar förväntningarna från kunden.

3

D) Skapas utifrån behovet, det vi önskar för att stilla behovet. ex: mat när vi är hungriga.

1

E) Företaget går direkt till kunden och skapar en efterfrågan av produkten innan den finns i butik. Vilket innebär att kunden efterfrågar produkten hos en återförsäljare som då tar hem produkten.

2,5

11,5 / 15

Anonymitetskod: FEGA01-049

Svarshäfte till Fråga 2 - 3
Patrik Gottfridsson

FEGA01/FEGA46 Marknadsföring

**OBS Om ytterligare blad behövs måste
dessa häftas samman i vänster hörn i
svarshäftet**



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

Löpande sidnr
Consecutive no:

FEGA01-049

2

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

2. • Annonsering - Betald icke personlig information om en produkt/tjänst som publiceras i ex olika medier. Detta för att nå ut till fler kunder |

• Säljstöd - Tillfälliga metoder för att tillfälligt stimulera försäljningen. Företaget använder sig exempelvis av kuponger och andra erbjudanden |

• Direktmarknadsföring - Kundklubbar och personliga erbjudanden med målet att stärka kundrelationen och nå långsiktiga kunder. |

• Personlig försäljning - Personer anställda av företaget för att sälja produkter/tjänster. Ger ett förtroende ingivande intryck till kunden och gäller ofta dyrare produkter. |

• Public relation - Icke betald publicitet. När företaget syns i publika sammanhang alt. media där informationen och platsen inte är betald. Ger kunder ett starkare förhållande till varumärket. |

6p



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-049

Löpande sidnr
Consecutive no:

3

Uppgift nr /
Question no:

3

Poäng / Points
awarded:

2

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

2

3. Hur företaget förvaltar sina kundrelationer. Aktiviteter och metoder för att leverera överlägset kundvärde och utvärdera kundrelationer.

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

Anonymitetskod: FEGA01-049

**Svarshäfte till Fråga 4
Peter Samuelsson**

FEGA01/FEGA46 Marknadsföring

**OBS Om ytterligare blad behövs måste
dessa häftas samman i vänster hörn i
svarshäftet**



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-049

Löpande sidnr
Consecutive no:

4

Uppgift nr /
Question no:

4

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

A) Kulturellafaktorer - Religion, samhälle, grupperingar, värderingar. Allt som påverkar oss utifrån men inte på det personliga planet. Även subkultur.

Psykologiskafaktorer - så som kännedom om varumärket/produkten. Selektivpreception - man kommer ihåg de bra sakerna från tidigare köp. Även att vi kan tänka oss att lära oss om nya produkter samtidigt som vi söker information som bekräftar tidigare erfarenheter. Vi styrs även av motivation.

Sociala - olika referensgrupper, vi lyssnar på andra via word-of-mouth och Buzzmarketing.

2P

Skriv ej i detta område
Leave this area blank



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

TEGA01-049

Löpande sidnr
Consecutive no:

5

Uppgift nr /
Question no:

4

Poäng / Points
awarded:

Lärares
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

B) Upptäckande → Intresse

Produkten riktar sig till människor som har lätt att adoptera nya produkter med nya funktioner. Sådana som söker det senaste och har ett intresse i kaffe och teknik.

Alternativt vänder sig produkten till företag där det aktiva intresset för fylla på kaffe mm är svårt men önskemålet om kaffe alltid finns.

3p

Anonymitetskod: FEGA01-049

Svarshäfte till Fråga 5 - 6
Johan Kaluza

FEGA01/FEGA46 Marknadsföring

**OBS Om ytterligare blad behövs måste
dessa häftas samman i vänster hörn i
svarshäftet**



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-049

Löpande sidnr
Consecutive no:

6

Uppgift nr /
Question no:

5

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

5. Kostnadsbaserad prissättning är just det, prissättning baserad på kostnaden för företaget. Företaget utgår ifrån // kostnaden som de haft för produkten när de sätter priset. Medan värdebaserad prissättning utgår ifrån kunden, vad kunden värderar produkten/tjänsten till. Sedan tillmötesgår företaget detta för att matcha kunden.

I den kostnadsbaserade prissättningen är fokuset på vinst och produkten/tjänsten medan i värdebaserad prissättning sätts kundens behov och önske mål i fokus.

7



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

Löpande sidnr
Consecutive no:

7

Uppgift nr /
Question no:

6

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

A) Internal databases - Information som redan finns inom företaget, ex: försäljningsstatistik mm. När denna lätt tillgängliga information granskas framträder samband och mönster som kan användas. 3

B) Marketingintelligence - Information som finns att inhämta externt men som någon annan insamlat. Ex forskningsrapporter, andra marknadsundersökningar mm. Informationen här måste bedömmas om den är relevant, korrekt och objektiv. 3

C) Marketingresearch - Tre olika sätt:
Explorativ - Teorier mm skapar en tydligare problembild. Vad kan hända om jag gör så här?
Descriptive - Frågor, enkäter man frågar sina kunder om problembilden
Casual - Teori blir verklighet, man tillämpar sin problembild i verkligheten. Här samlas information, som bedöms saknad in. 11

8

Anonymitetskod: FEGA01-049

Svarshäfte till Fråga 7 - 9
Emma Axelsson

FEGA01/FEGA46 Marknadsföring

**OBS Om ytterligare blad behövs måste
dessa häftas samman i vänster hörn i
svarshäftet**



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
 (Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
 (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

Löpande sidnr
 Consecutive no:

FEGAO1-049

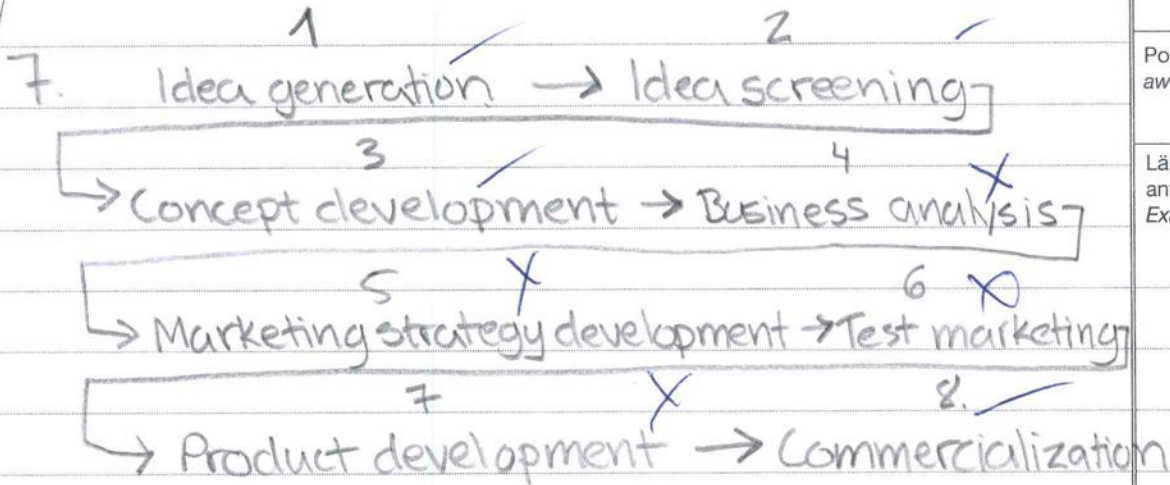
8

Uppgift nr /
 Question no:

7-8

Poäng / Points
 awarded:

Lärarens
 anteckning
 Examiner's remarks:



8.

Intangibility - obestämbar, den går inte att ta på, smaka, lukta etc.

Inseparability - Tjänsten går inte att utnyttja utan frisören.

Variability - Resultatet på klippningen kan variera beroende på frisör

Perishability - Det går inte att spara på ett frisör besök, det utnyttjas på plats och en gång.

4

Skriv ej i detta
 Leave this area blank



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-049

Löpande sidnr
Consecutive no:

9

Uppgift nr /
Question no:

9

Poäng / Points
awarded:

Lärorens
anteckning
Examiner's remarks:

9. Om företaget väljer produktutveckling så kan man utveckla en mer hög kvalitativ produkt som på så sätt lockar en större kundgrupp och är början på ett top-of-mind varumärke. Ex Företaget satsar på att utveckla sitt nuvarande sortiment så att detta blir mer hög kvalitativt och prisvärt enligt kunden. Nå högre kundvärde.

Marknadsutveckling då fokuserar företaget på marknaden, hur ska vi kunna utvecklas på marknaden. Ex: Kanske introducera hemleverans, färdiga matkassar mm eller helt nya produkter ex ekologisk hudvård. Alltså nå högre kundvärde genom att fokusera på marknaden.

4

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

Anonymitetskod: FEGA01-049

Svarshäfte till Fråga 10
Martin Löfgren

FEGA01/FEGA46 Marknadsföring

**OBS Om ytterligare blad behövs måste
dessa häftas samman i vänster hörn i
svarshäftet**



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
(Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
(For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-049

Löpande sidnr
Consecutive no:

10

Uppgift nr /
Question no:

10

Poäng / Points
awarded:

6

Lärares
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

Genom att först segmentera marknaden så kan vi sedan välja ut det segment vi vill rikta in oss på, targetting. Det gäller att välja ett bra segment, ett eller flera där man ser möjlighet till lönsamhet, mm. och som matchar produkten/tjänsten. Alltså vilka kunder ska vi vända oss till? Sedan måste företaget positionera sig på den marknad de valt. Detta genom att antingen välja en ledig position på marknaden eller ompositionera sig, alternativt slå ut en konkurrent. För att företaget sedan ska kunna erbjuda överlägset kundvärde behöver de skilja sig från sina konkurrenter, differentiering. Här lägger man till erbjudanden till produkten och skapar ett koncept. Ex garantier, gratis internet på bussen/tåget. Positionering och differentiering - Vad ska vi erbjuda våra kunder.

Anonymitetskod: FEGA01-049

Svarshäfte till Fråga 11
Nina Löfberg

FEGA01/FEGA46 Marknadsföring

**OBS Om ytterligare blad behövs måste
dessa häftas samman i vänster hörn i
svarshäftet**



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
 (Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
 (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number)

FEGA01-049

Löpande sidnr
 Consecutive no:

11

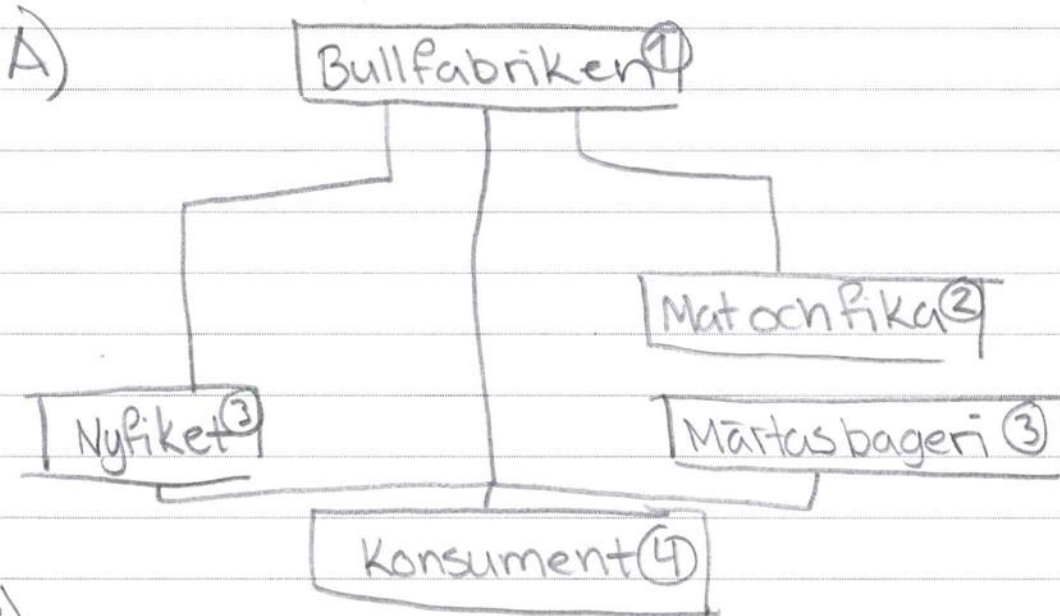
Uppgift nr /
 Question no:

11

Poäng / Points
 awarded:

Lärarens
 anteckning
 Examiner's remarks:

Skriv ej i detta område
 Leave this area blank



B)

① Producent, tillverkare

② Grossist

③ Återförsäljare

④ Konsument

loop

C)

Information - uppströms och nedströms gällande
 ex efterfrågan, kvantitet etc.

Marknadsföring-

Distribution - företaget når lättare ut till
 fler kunder, genom att fler aktörer
 som distribuerar varorna finns.

2P