



TENTAMEN / EXAMINATION



8164617

Fylls i av **student** / To be completed by the **student**

Skriv anonymiseringskoden på samtliga svarsblad / Write your anonymity code on each sheet		Anonymiseringskod / Anonymity code	
		F E G A 0 1 - 0 1 4 7 - L W H	
Provbenämning / Exam name			Oanmäld
Företagsekonomi I			
Kurskod / Course code	Provkod / Exam code	Tentamensdatum / Examination date	
F E G A 0 1	0 6 0 0	2 0 1 8 - 1 1 - 0 2	
Jag har tagit del av regler som gäller i tentamenssalen / I have read the current exam hall rules		Antal inlämnade blad / Number of sheets	
<input checked="" type="checkbox"/> Ja / Yes		1 8	

Fylls i av **skrivvakt** / To be completed by the **invigilator**

Kontroll av legitimation / Identification checked	<input checked="" type="checkbox"/> Ja / Yes	Härmed intygas att ovanstående kontroller utförts / This is to certify that the above mentioned checks have been carried out
Kontroll av inlämnade blad / Answer sheets checked	<input checked="" type="checkbox"/> Ja / Yes	
Inlämningstid / Time of submission	1 6 : 4 0	Tydlig sign. / Signature AS

Fylls i av **lärare** / To be completed by the **examiner**

Bedömning av uppgifter / Questions attempted										
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	~
Totalt antal poäng / Total points					Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner					
92										
Betyg / Grade					Namnförtydligande / Clarification of the signature					
VG										

8164617



Försättsbladet ska alltid lämnas in även om ingen uppgift behandlats /
Examination should always be submitted even if no questions are answered

Anonymitetskod: FEGA01-0147-LWH

Svarshäfte till Fråga 1 - 3
Patrik Gottfridsson

FEGA01/FEGA46/FEGA56
Marknadsföring/
Marknadsföring på fastighetsmarknaden

**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)

FEGA01-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

2

2a) Segmenteringsprocessen består av segmentering, targetting, differentiering och positionering.

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points
awarded:

13

Segmentering: Uppdelning av marknaden i mindre grupper. Konsumenterna i varje grupp har gemensamma egenskaper, karaktärsdrag samt tilltalas bäst på anpassade erbjudanden.

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Targetting: Företaget utvärderar segmenten och väljer ut de mest attraktiva som de tror att de kan tilltala.

Differentiering: Särskilja en produkt, ett varumärke eller ett erbjudande från konkurrenternas.

Positionering: Företagets erbjudande ska ha en eftertraktad plats i den önskade målgruppens föreställningsvärld (gentemot konkurrenterna).

b) Segmenteringsvariabler:
Demografisk segmentering
Geografisk segmentering
Psykologisk segmentering
Beteendemässig segmentering



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)

FE6A01-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

3

2a) Sekundärdata är information som inte samlats in för detta specifika syftet. T.ex. information som redan finns inom företaget. Vid användning av sekundärdata måste företaget se till att informationen är relevant, uppdaterad, korrekt, samt objektiv.

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

10

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Primärdata är information som samlats in för detta specifikt syfte (marknadsundersökning angående den nya matprodukten exempelvis.)

(för primär-
data)

b) De vanligaste datainsamlingsmetoderna är observationer (företaget observerar kunder, konkurrenter, samt potentiella förändringar på marknaden), enkäter (konsumenter för svara på frågor anonymt), och intervjuer (företaget intervjuar några konsumenter för att få förståelse för marknaden och kunderna).



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)

FEGAO1-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

4

Uppgift nr /
Question no:

3

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Behov, önskemål och efterfrågan ingår i det första steget i marknadsföringsprocessen (förstå marknader och kunder).

Dessa är en av grunderna i marknadsföringen eftersom att om företag inte förstår kundernas behov, önskemål och efterfrågan kommer de heller inte kunna leverera det. Högt kundvärde och goda kundrelationer är mycket viktigt, för att skapa värde för kunden och därmed bygga lönsamma och långsiktiga relationer måste företagen förstå marknaden, samt kunders behov, önskemål och efterfrågan.



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)

FEGAC1-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

5

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: FEGA01-0147-LWH

**Svarshäfte till Fråga 4 - 6
Nina Löfberg**

**FEGA01/FEGA46/FEGA56
Marknadsföring/
Marknadsföring på fastighetsmarknaden**

**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)

PEGA01-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

7

4. Asta

Ica

Glassbolaget AB (pro)

MatEko AB (lev)

Egen säljkär

CandyGo AB (gro)

Uppgift nr /
Question no:

4

Poäng / Points
awarded:

10

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) MatEko AB

b) Leverantör

1

Glassbolaget AB

Producent

CandyGo AB

Grossist

5

Ica

Butik/återförsäljare

Asta

Konsument

c) Aktivitet: Risktagande

1

CandyGo AB tar risker när de köper in stora partier glass och godis, eftersom att det inte är säkert att de hinner få sålt allt innan produkterna blir dåliga.

1

d) Vid glass gäller intensiv distribution.

1

Intensiv distribution innebär att produkten är tillgänglig för konsumenten på så många ställen som möjligt.

1



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)

FEGA01-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

8

5 a) Produktutveckling, eftersom att det handlar om en ny produkt men som säljs på företagets befintliga marknad.

Uppgift nr /
Question no:

5

Poäng / Points
awarded:

8

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

b) Marknadsutveckling, företaget börjar sälja befintliga produkter på en ny marknader. Ex, företaget kan öppna ett café i Stockholm i ett område där konsumenterna är villiga att betala mer (ett annat segment)

2

1

1

1

Diversifiering, företaget börjar sälja nya produkter på en ny marknad. Ex, företaget kan öppna en restaurang, detta lockar kunder som är matintresserade snarare än fikasugna.

1

1

1



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)

FEGA01-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

9

6- Konkurrentanalys

Uppgift nr /
Question no:

6

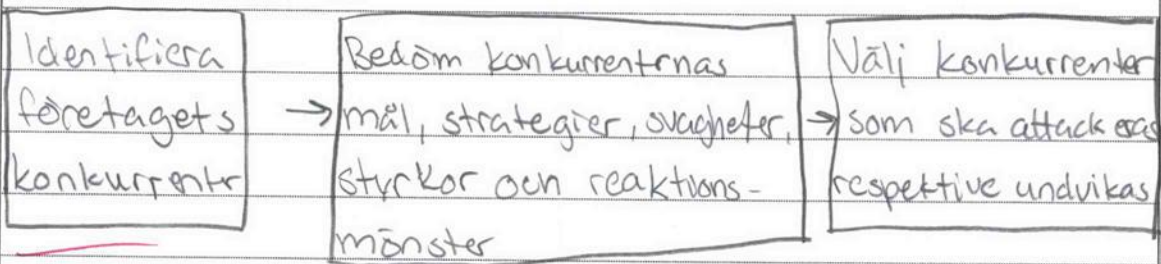
1. Identifiera företagets konkurrenter.
(primära och sekundära)

Poäng / Points
awarded: 3

2. Bedöm konkurrenternas mål, strategier,
styrkor, svagheter, samt reaktionsmönster.

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

3. Välj ut vilka konkurrenter som ska
attackeras och vilka som bör undvikas





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)

FEGA01-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

10

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: FEGA01-0147-LWH

Svarshäfte till Fråga 7 - 8
Peter Samuelsson

FEGA01/FEGA46/FEGA56
Marknadsföring/
Marknadsföring på fastighetsmarknaden

**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:

FE6A01-0147-LWH

12

7. a)

Uppgift nr /
 Question no:

7

Köpengagemang

Högt Lågt

Poäng / Points
 awarded:

Upplevd skillnad
 mellan varumärken

Hög

Komplex

Variationssökande

köpbeteende

köpbeteende

Låg

Dissonans-
 reducerat

Vanebaserat
 köpbeteende

köpbeteende

Lärarens
 anteckning
 Examiner's remarks:

Komplext köpbeteende: Konsumenten har högt köpengagemang då produkten oftast är dyr. Konsumenten upplever stor skillnad mellan varumärken då produkten har en koppling till konsumentens självbild. T.ex. Mobil.

Dissonansreducerat köpbeteende: Konsumenten har högt köpengagemang då produkten oftast är dyr. Konsumenten upplever låg skillnad mellan varumärken. T.ex. cykel.

Variationssökande köpbeteende: Konsumenten har lågt köpengagemang då produkten är relativt billig. Konsumenten upplever stor skillnad mellan varumärken, konsumenten köper därför en produkt för att sedan utvärdera den och prova något nytt nästa gång. T.ex. glass.



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)

FEGAU1-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

13

Vanebaserat köpbeteende: Konsumenten har lågt köpengagemang då produkten är relativt billig. Konsumenten upplever låg skillnad mellan varumärken och köper därför en produkt som de känner igen och brukar köpa. T.ex. tandkräm.

8p

b) Alla människor är olika, de har olika livsstilar, egenskaper, preferenser, osv. För en person som inte är intresserad av cyklar innebär det att den konsumenten har ett dissonansreducerande köpbeteende, medan för en annan konsument innebär köp av en cykel ett komplext köpbeteende.

2p

Uppgift nr /
Question no:

7

Poäng / Points
awarded:

10p

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:



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)

FEGA01-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

14

Promotionmixen

Uppgift nr /
Question no:

8

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

- Annonsering: Öpersonlig kommunikation, t.ex. reklam på TV. |
- Personlig försäljning: Kommunikationen (och försäljning) utförs av en säljkar. T.ex. försäljare som säljer mobilabonemang i gallerior. ||
- Public relations (PR): Goda relationer med intressenter. Ett varumärke, en produkt eller ett erbjudande får publicitet via events eller sociala medier. T.ex. En influencer publicerar ett sponsrat inlägg på instagram. |
- Direktmarknadsföring: Företaget kontakter utvalda kunder genom exempelvis telefon, || brev eller mail. T.ex. telefonförsäljare.
- Säljstöd: Köputlösande åtgärder som syftar till att öka försäljningen kortsiktigt. ||

Annonsering, kostnaden för att producera t.ex. en reklamfilm är hög (nackdel) men den kostnaden är värt det eftersom att konsumenter ser reklamfilmen många gånger (fördel).

Annonsering är bra då konsumenten blir påmind och informerad om erbjudandet (fördel), däremot har inte annonsering samma övertygande effekt som ex. PR. Annonsering är inte interaktiv eftersom att säljarna inte är i kontakt med kunderna (nackdel).

3P

Anonymitetskod: FEGA01-0147-LWH

Svarshäfte till Fråga 9 - 10
Poja Shams

FEGA01/FEGA46/FEGA56
Marknadsföring/
Marknadsföring på fastighetsmarknaden

**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)

FEGA01-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

16

Uppgift nr /
Question no:

9

Poäng / Points
awarded:

10

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Prisanpassningsstrategier;

- Rabatter, prisreducerande åtgärder.
- Segmenterad prissättning, olika pris för olika segment trots att kostnaden är samma
- Psykologisk prissättning, priset anpassas efter psykologiska effekter. (t.ex. 199 kr uppfattas lägre än 200 kr).
- Dynamisk prissättning, priser anpassas efter omgivning och kunder. (t.ex. nya kunder får välkomstrabatt.)
- Geografisk prissättning, priser skiljer sig beroende på om butiken är lokaliserad i stadskärnan eller på landet.
- Säljstödande prissättning, syftet är att öka försäljningen kortsiktigt.
- Internationell prissättning, priset måste anpassas i olika länder eftersom att betalningsviljan skiljer sig.



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:

FEGA01-0147-LWA

17

Leave this area blank

10. a) Vara: Något som erbjuds marknaden för köp, användning och konsumtion, med syfte att tillfredsställa ett behov eller önskemål.

Uppgift nr /
Question no:

10

Poäng / Points
awarded:

14

Lärares
anteckning
Examiner's remarks:

Tjänst: Aktivitet och kundfördel som är till försäljning, med syfte att bland annat lösa problem. Köp av / en tjänst resulterar inte i att kunden äger den.

Erbjudande: Något som kunden har möjlighet att köpa och som innebär / att kundvärdet ökar.

b) Kärnprodukt - Vad löser produkten för problem? T.ex. Semester - avkoppling
Verklig produkt: Det som kunden får / vid köp av en produkt. T.ex. semester - flygbiljett, mat på hotellet.

Utvidgad produkt: Tilläggstjänster som kan erhållas mot betalning. T.ex. semester - transfer till hotellet, mat på flyget.

c) Tidigare har produkten varit i stort fokus inom marknadsföringen. I dagens kommersiella samhälle skapar man kundvärde och bygger kundrelationer genom att erbjuda produkter som är mer än bara en produkt. För att vara ett konkurrenskraftigt företag måste man ha ett marknadsföringskoncept, där kunden är i fokus, och erbjuda konsumenterna produkter som även inkluderar efterfrågade upplevelser.



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)

FEGA01-0147-LWH

Löpande sidnr
Consecutive no:

18

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Leave this area blank