



Antal blad /
Number of sheets

14 ✓

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
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

FEGB01 Företagsekonomi II

Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

Marknadsföring och affärsutveckling

Delkurs / Part course:

Anonymitetskod / Anonymous code = Kurskod + kodnr / course code + code number									
F	E	G	B	Ø	1	-	Ø	2	3

Tentamensdatum / Examination date:	
17	0317

Behandlade uppgifter / Solved problems

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

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

Betyg / Grade: VG

Max poäng / Total marks gained: 80

För Gk poäng / Marks gained to be passed: 48

Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner

Namnförtydligande / Clarification of the signature

Anonymitetskod: FEGB01-023

Svarshäfte till Fråga 1 - 2
Maria Åkesson

FEGB01/FEGB32
Marknadsföring och affärsutveckling

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



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:

FEGB01-023

2

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

Marknadsdrivet företag: Ett företag som följer marknaden. Man gör liknande saker som andra företag och man följer trender.

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points
awarded:

9

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Ex på företag är Telia. Telia följer trender. Har man sett ett erbjudande hos en annan mobiloperatör kommer Telia följa efter och erbjuda ett liknande erbjudande.

Marknadsdrivande företag: Företag som är innovativa och tar fram nya erbjudanden på marknaden. Man kan säga att de erbjudanden som tas fram "driver" marknaden framåt.

Ex. är It-företag. De strävar ständigt efter att ta fram nya erbjudanden och ligga steget före konkurrenterna. De driver marknaden framåt genom att hela tiden skapa nya erbjudanden som kommer att ge mer värde till 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)

FEGB01-023

Löpande sidnr
Consecutive no:

3

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

a)

1. Lönsamheten skiljer sig mellan kundgrupper
2. Man kan behandla kunder olika
3. Medarbetarnas tid är begränsad
4. Olika kundgrupper uppfattar värde på olika sätt
5. En kundgrupp kan vara beredda att betala mer för tilläggstjänster, tex. service
6. Demografi

Uppgift nr /
Question no: 2

Poäng / Points
awarded:

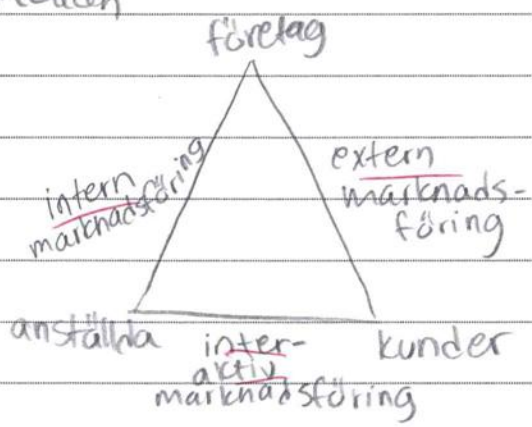
9

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

5

b)

Marknadsföringstriangeln handlar om intern, extern- och interaktiv marknadsföring. Marknadsföring är viktig mellan företaget, kunder och anställda, som ligger vid varsitt hörn i triangeln. Mellan företaget och de anställda behöver man ha intern marknadsföring och för att företaget och dess anställda ska ha en god bild och uppfattning om företaget och sina kollegor. Mellan företaget och kunderna sker extern marknadsföring och man marknadsför då företagets erbjudanden och varumärke. Mellan anställda och kunder sker interaktiv marknadsföring, som är interaktionen mellan anställda och kunder.



4

Anonymitetskod: FEGB01-023

Svarshäfte till Fråga 3 - 4

Emma Axelsson

FEGB01/FEGB32

Marknadsföring och affärsutveckling

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



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)

FEGB01-023

Löpande sidnr
Consecutive no:

5

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

a)

- Man kan erbjuda tex. "ta 3 betala för 2" då känns det som att man får mer än vad man betalar för.
- Man kan ha erbjudanden som tex "köper du mobilen ingår 1 års service" och då tror man att man får något mer av värde men det känns bättre för man får det gratis.
- Man marknadsför sig som ett företag där man får mycket för pengarna.
- Man försöker visa att man erbjuder mer värde för pengarna än konkurrenterna.
- Kampanjer och rabatter
- tex. Kundklubbar och trogna kunder erbjudanden
- Man håller kostnader nere som tex. tillverkning, distribution m.m för att kunna hålla låga priser.

Uppgift nr /
Question no:

3

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Summa

1

se s. 168
i kursboken

b) • Överlägsen kvalitet → för alla kunder är inte priset det viktigaste utan att man köper saker med hög kvalitet som håller. ok

• Man erbjuder det nyaste → man erbjuder alltid det nyaste inom tex teknologi och man vill framstå som att man är innovativ.

• Social status → tex dyra kläder, klockor, västar m.m och man framställer det som att det ger värde till kunden genom hög social status. ok

2.5

emotionell
frödelas?



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)

FEGB01-023

Löpande sidnr
 Consecutive no:

6

Skriv ej i detta område
 Leave this area blank

a

1. Energizing the business 0.5
2. Going global 0.5
3. Förlänga varumärket 0.5
4. Utveckla existerande erbjudanden

Uppgift nr /
 Question no: 4

Poäng / Points
 awarded:

Lärens
 anteckning
 Examiner's remarks:

1. marknadspenetration genom tex. anpassning av erbjudanden till kunder.
2. Man utvecklar företaget globalt. Det kan ske genom standardisering → lika för alla eller anpassning → specifika anpassningar för kunden.
3. Har man tex ett företag / varumärke som säljer smink som sedan börjar sälja även härprodukter under samma varumärke.
4. De erbjudanden man redan har utvecklar man genom innovationer för att kunna erbjuda mer värde.

4.5

b) Energizing innebär att man ska "boosta" företaget, alltså ungefär att ge energi och driva det framåt. I det här fallet handlar det om varumärket och att ge det nytt/mer värde. Ett sätt är att associera varumärket med en person, tex så som Head & Shoulders har gjort med de kända bröderna Lundquist. Det kan också vara att man vill få kunder att lita på varumärket. Ett bra exempel här är tandkrämen sensodyne där man låter tandläkare prata om hur bra tandkrämen är i reklamen. Gillande tandkräm litar man ju mer på en tandläkare än om en okänd person sagt samma sak.

4

Anonymitetskod: FEGB01-023

Svarshäfte till Fråga 5 - 6
Jasenko Arsenovic

FEGB01/FEGB32
Marknadsföring och affärsutveckling

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



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)

FEG-B01-023

Löpande sidnr
 Consecutive no:

8

Skriv ej i detta område
 Leave this area blank

Uppgift nr /
 Question no:

5

Poäng / Points
 awarded:

3

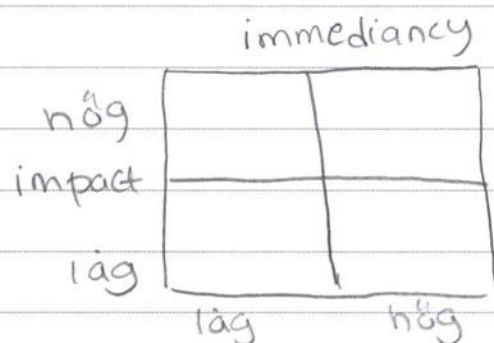
Lärarens
 anteckning
 Examiner's remarks:

Låg impact och låg immediacy: analyserar man här, så är det något som kommer ha liten påverkan för ens eget företag och det kommer ske framöver. Litet fokus på denna "ruta" men man håller företaget under uppsikt.

Låg impact och hög immediacy: här kommer effekterna ha liten påverkan på det egna företaget, men det sker nu (snart) så man bör hålla lite mer uppsikt än vid ovanstående ruta.

Hög impact och låg immediacy: Detta är något som kommer påverka företaget mycket men i framtiden. Eftersom det är något som kommer ha en hög påverkan bör det analyseras noga och man håller koll på företaget och samlar in information.

Hög impact och hög immediacy: Detta påverkar företaget mycket och det händer nu. Detta blir fokus, man analyserar, samlar information för att på bästa sätt se hur det påverkar och samlar information för att ta fram en strategi om vad som ska göras.



8



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)

FEGB01-023

Löpande sidnr
 Consecutive no:

9

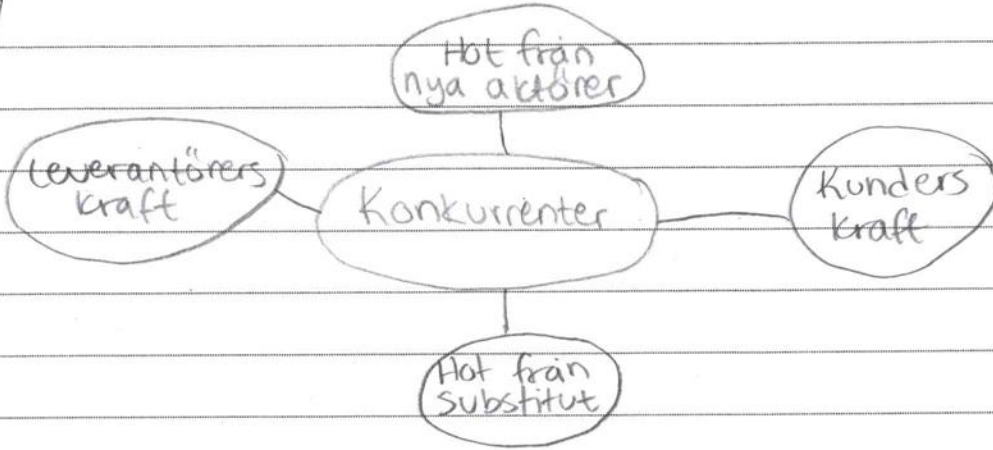
Uppgift nr /
 Question no:

6

Poäng / Points
 awarded:

12

Lärarens
 anteckning
 Examiner's remarks:



Modellen används för att ta reda på hur lönsam en marknad är.

Hot från nya aktörer: Vilka företag kan potentiellt ta sig in på marknaden? Har marknaden höga eller låga barriärer för att ta sig in på marknaden?

Är barriärerna låga måste företagen hålla lågre priser så vinsterna minskar vilket gör att det blir mindre attraktivt för nya företag att ta sig in på marknaden.

Hot från substitut: Finns det ett substitut som kunderna enkelt kan byta mellan? tex. smör och margarin. Stiger priset på den ena varan kan kunderna lätt byta till den andra varan.

Kunders kraft: Finns det många eller få kunder? Är kunderna är företaget mer beroende av varje kund och då har kunderna ^{högre förhandlingskraft än} om det finns många kunder.

Leverantörers kraft: Finns det många eller få leverantörer? Finns det få leverantörer är företagen mer beroende av dem och då har leverantörerna större förhandlingskraft än om det finns få flera leverantörer.

Hot från konkurrenser: Genom att följa konkurrenser och samla information kan man försöka förutse deras kommande erbjudanden/drag. Genom att göra det ser man till att man inte hamnar

~~12~~

4

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)

FEGBO1-023

Löpande sidnr
Consecutive no:

10

Uppgift nr /
Question no:

6

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

efter eller blir chokad av deras erbjudanden.

Marknad att analysera: Kläder, som tex. H&M, Lindex m.m. (ganska billiga kläder)

Eftersom det finns många etablerade företag på den här marknaden är inträdeshinderna låga och hotet från nya aktörer kommer alltid att finnas. De olika klädkedjorna erbjuder liknande produkter och har ungefär samma priser, vilket gör att hot från substitut är högt. Det är lätt för kunder byta affär de handlar i och kostnaderna för att göra det finns inte eftersom det är ungefär samma priser oavsett vilken butik de väljer. Kraften hos kunderna är låg då det finns många kunder som handlar i butikerna, många kunder har råd. Kraften hos leverantörerna antar jag (då jag inte vet) är låg. Det finns många liknande butiker geografiskt nära varandra som vill ha liknande kläder och därmed borde det finnas många leverantörer. De existerande konkurrenterna är etablerade och välkända företag med varumärken kunder känner igen och litar på. Som nytt företag på marknaden måste man därför utveckla en strategi för hur man ska kunna konkurrera med det.

Jag tror det kan vara lönsamt att ta sig in på marknaden om man hittar ett sätt att differentiera sig från de redan existerande företagen. Kan man inte göra det, blir man bara "en i mängden" och då föredrar kunderna de etablerade kedjorna som tex. H&M.

6

2

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

11

Anonymitetskod: FEGB01-023

Svarshäfte till Fråga 7 - 8
Bo Rundh

FEGB01/FEGB32
Marknadsföring och affärsutveckling

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



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)

FEG-B01-023

Löpande sidnr
Consecutive no:

12

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

a)

Relationerna är viktiga, de byggs upp för att hålla under lång tid. Relationerna är viktiga då man kan ha få kunder. Man har olika kundgrupper tex. privata företag och statliga företag/myndigheter. Efterfrågan är mycket ^{utslädd} stor, man köper stora mängder. Marknaden kan finnas utomlands, den kan till och med vara större utomlands. Inköpsprocessen sker genom en DMU (decision making unit) där flera delar av ledningen i företaget är inblandade. Det finns stora risker med inköpen på B2B marknader och där för finns det många beslutsfattare. Supply chain är längre och innehåller fler steg än i B2C. Man bygger upp nätverk där företagen kan skapa relationer och samarbeta med varandra.

Uppgift nr /
Question no: 7

Poäng / Points
awarded:

7

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

3

b) Nätverksperspektiv är när man ser företagen utifrån ett nätverk där man är kopplade till varandra och hjälper varandra, samarbetar och bygger relationer för att kunna erbjuda bättre erbjudanden med mer värde.

2

c) Det som karakteriserar marknadsföringen på industriella marknader är att marknadsföringen sker mellan 2 företag. Det viktiga är inte produkten eller tjänsten som säljs utan hur och varför den/det säljs.

2



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)

FEGB01-023

Löpande sidnr
Consecutive no:

13

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

a)

1. Prospect - en relation inleds men inga köp görs.

2. Purchaser - Kunden gör sporadiska inköp.

3. Client - Kunden gör frekventa inköp

4. Supporter - Kunden talar gott om företaget till potentiella kunder

5. Advocate - Kunden företräder företaget

6. Partner - man skriver kontrakt och man ingår i ett partnerskap.

Uppgift nr /
Question no: 8

Poäng / Points
awarded: 8

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

4.5

b) En av artiklarna om relationsmarknadsföring säger att man kan jämföra det med ett äktenskap. På samma sätt som det börjar med få kontakter, för att sedan utvecklas till att man ses ofta, till att man företräder varandra och talar gott om varandra. Man bygger upp en relation från grunden och det slutliga steget blir att skriva "kontrakt" om att man ingår i äktenskap, liknande det för företagen där man skriver kontrakt om partnerskap.

1.5

c) Man kan ha olika goda relationer till olika företag och det kan bero på tex det sociala, om man kommer överrens. Det kan också bero på förtroende, om man litar på det andra företaget eller inte. Man kan ha olika frekvenser på kontakten med företag man kan ha kontakt varje dag eller en gång i månaden tex. Man kan ingå i nätverk och därmed samarbeta med vissa företag och



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)

FEGB01-023

Löpande sidnr
Consecutive no:

14

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

man hjälper varandra. På så sätt hamnar man ju närmare de företagen och man kan bygga bestående relationer. Beroende på var i supply chain man befinner sig, så har man ett olika antal kunder. I början har man färre och mot slutet av kedjan har man fler.

Mått

Uppgift nr /
Question no:

8

Poäng / Points
awarded:

Lärorens
anteckning
Examiner's remarks:

2