



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 B 0 1	0 0 1 9 - A H P
Provbenämning / Exam name			Oanmäld
Företagsekonomi II			
Kurskod / Course code	Provkod / Exam code	Tentamensdatum / Examination date	
F E G B 0 1	5 0 0 0	2 0 1 9 - 0 3 - 0 1	
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 6	

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 0 : 5 2	Tydlig sign. / Signature AB

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					
48,5										
Betyg / Grade					Namnförtydligande / Clarification of the signature					
G										

8164617



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

Anonymitetskod: FEGB01-0019-AHP

Svarshäfte till Fråga 1 - 2
Maria Åkesson

FEGB01/FEGB32

Marknadsföring o affärsutveckling

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

Löpande sidnr: 2	Uppgift nr / Question no: 2	Poäng / Points awarded: 9	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) FEGBØ1-ØØ19-AHP	<p>Försäljningskonceptet:</p> <p>Produktion > Existerande > Försäljning och > Vinst från antal produkter > märke > försäljning > sålda enheter</p> <p>Försäljningskonceptet innebär att man fokuserar på det traditionella synsättet - att addera värde stegvis för att gå med så mycket vinst som möjligt. Marknadsföringskonceptet där man går ut på att på en marknad identifiera kundens behov och därefter få nöjda kunder genom att göra ett erbjudande som uppfyller dessa behov.</p> <p>Ur ett konkurrenskraftigt perspektiv kan försäljningskonceptet vara starkt om man lyckas matcha kvaliteten i förhållande till priset. Sätter man för högt pris för att få mycket vinst så kan kunderna ersätta företaget och välja ett annat företag som har billigare pris till samma kvalitet/bättre kvalitet till samma pris. För att få mycket vinst genom antingen högre kvalitet eller lägre priser kan dom se över sin produktionsprocess. Kan dom stå i köp / ta bort något steg men behålla kvaliteten på produktionen och därmed få ner kostnader och för mer vinst?</p> <p>Ur ett marknadsföringskoncept kan konkurrenskraften ligga på att skapa relationer med kunderna. Ju bättre man kan uppfylla kundernas behov, desto mer lojala kan dom bli och därför inte ersätta det företag med sin konkurrent. Företaget kan marknadsdrivet lysna på marknaden, genom ex undersökningar och därefter uppfylla behov. Eller marknadsdrivande se till att skapa behov som kunden inte artikulerar. Där krävs hög kompetens och information för att förutspå behov bortom vad kunden kan föreställa sig. Men man är förmodligen först av sina konkurrenter att uppfylla det har behovet och därmed vara konkurrenskraftiga, förutsatt att dom pricar rätt på behovet.</p>		



... i va valg

Löpande sidnr 3	Ange anonymitetskod / Write your anonymity code (Med icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer) (For non-anonymous exams write the course code + name + civic registration number) FEGBΨ1-Φ19-AHP	Uppgift nr / Question no: 1	Slåva varumärket har tidigare inte haft så mycket fokus på sig i BAB marknader, då man tidigare utgick från det traditionella industriella synsättet, där företagen mest fokuserar på det interna. Målet var att steg för steg i produktionen försökte addera så mycket värde som möjligt till produkten för att kunna gå med vinst. Det innebar att det endast var fokus på att marknadsföra produkten i sig och inte varumärket i sig och vad det stod för, då målet inte var att skapa relationer.	Poäng / Points awarded: 6	Varumärkesdiskussioner finns nu (och finns fortfarande) på BAC marknader, där varumärket har större betydelse än bara produktens prestanda och funktionalitet. På en BAC marknad finns det ofta fler substitut än på BAB och där kan varor som igenkänning och associationer till varumärket ha betydelse på en BAB marknad är utbudet lagre och därmed kan företag gå på prestanda och funktionalitet, funkar produkten (kan ex vara en maskin) så fortsätter man handla av det (företaget utan att egentligen lägga så stor vikt på.	Lärarens anteckning Examiner's remarks:	Slåva varumärket												
--------------------	--	-----------------------------------	---	---------------------------------	--	---	------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

... ..



Svarshäfte till Fråga 3 - 4
Jasenko Arsenovic

FEGB01/FEGB32

Marknadsföring o affärsutveckling

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

Anonymitetskod: FEGB01-0079-AHP

<p>Löpande sidnr Consecutive no.: 5</p>	<p>Uppgift nr / Question no.: 3</p>	<p>Poäng / Points awarded: 5</p>	<p>Lärorens anteckning Examiner's remarks:</p>	<p>Kulturella konsumenttrender: • Future Tense - man fokuserar på nuet • Fantasy Adventure - man vill upptäcka nytt • Atmos Fear</p> <p>Kunder är ute efter olika mål och har olika behov på marknaden. Därför måste företag ha i beaktning vilken typ av marknad eller vilka typ av segment som finns på marknaden. Finns det personer, ofta äldre, som är konservativa och vill ha det som det alltid har varit och inte att marknaden ska utvecklas? Uppgifter i andra sidan vill gärna upptäcka nya saker och vill att marknaden ska utvecklas. Företag behöver veta om dom har gett sig in på rätt marknad.</p>	<p>Demografiska trender: Handlar också om att man gett sig in på rätt marknad eller har anpassat sitt erbjudande till rätt segment. Demografisk segmentering kan innefatta bland annat kön, ålder, utbildning, bursstil, osv osv. Att försöka komma in på en marknad med en hög ålder och försöka sälja high-tech teknologi kanske inte fungerar så bra.</p>	<p> </p>
---	-------------------------------------	----------------------------------	--	---	---	----------



Ange anonymitetskod / Write your anonymity code
 (Vid icke anonym tentamen ange kurskod + namn + personnummer)
 (For non-anonymous exams write the course code + name + personnummer)
 FEGBM-0019-ATP

