



Antal blad /
Number of sheets

21 ✓

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

FEGAØ1 FÖRETAGSEKONOMI

Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

MARKNADSFÖRING

Delkurs / Part course:

Anonymitetskod / Anonymous code =
Kurskod + kodnr / course code + code number
FEGAØ1-8ØØ

Tentamensdatum /
Examination date:
3/11-16

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: 74,5

Betyg / Grade: G

Max poäng / Total marks gained: 100

För Gk poäng / Marks gained to be passed: 60

Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner

Namnförtydligande / Clarification of the signature

Anonymitetskod: FEGA01-800

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)

FEGA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

2

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points
awarded:

14

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Kundbaserad prissättning ✓

b) Segmentering 2

c) Market intellegence 1

d) Marknadsföring 2

e) Customer Relationship management (CRM) 2

f) Produkt 2

g) Societal concept ✓

h) Multichanel marketing system 1

i) Konkurrentanalys 2

j) Adoptionsprocessen 2

Anonymitetskod: FEGA01-800

Svarshäfte till Fråga 2
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)

FEGA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

4

Uppgift nr /
Question no:

2

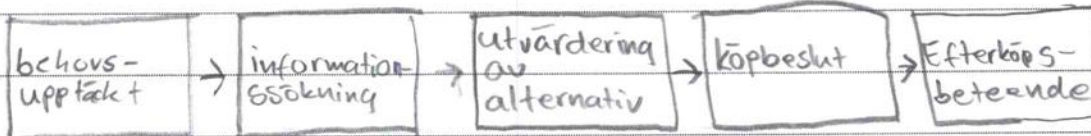
Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a)

1. behovsupptäckt
2. informationsökning
3. utvärdering av alternativ
4. köpbeslut
5. Efterköpsbeteende

3P



b) 1. Behovsupptäckt: Kunden uppfattar ett nytt behov som den vill tillfredsställa

2. informationsökning: Kunden söker information om hur den kan tillfredsställa behovet på bästa sätt.

3. Utvärdering av alternativ: Kunden utvärderar hur den bäst kan tillfredsställa behovet. Jämför olika erbjudanden och produkter.

4. Köpbeslut: Efter att ha utvärderat det som den tror levererar högst kundvärde så gör kunden ett beslut om den ska köpa eller ej.



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 - 800

Löpande sidnr
Consecutive no:

5

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

6

Lärares
anteckning
Examiner's remarks:

5. Efterköpsbeetende: Delta steg
beskriver hur kunden reagerade
efter köpet. Hur väl levde produkten
upp till förväntningarna.

Även om en kund är tillfredsställd
kan den vara lite besviken över
att ha "missat" en konkurrents erbjudande.

3p

Anonymitetskod: FEGA01-800

Svarshäfte till Fråga 3 - 4
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)

FEGA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

7

Uppgift nr /
Question no: 3

Poäng / Points
awarded: 6

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Bostonmatrisen är ett verktyg företag kan använda för att analysera hur deras produkter står sig på sin marknad och hjälpa företaget om beslut hur de bör disponera sina resurser på dessa produkter.

2

b)

	Marknadsandel	
	hög	låg
hög tillväxt	Stjärnor	Frägetecken
låg tillväxt	Kassakor	hundar

2

Frägeteckens: Produkter som har en liten marknadsandel men marknaden växer fort. För att dessa ska klara sig måste företaget satsa stora resurser för att höja deras marknadsandel samt följa med marknaden.

0,5

Stjärnor: Produkter med hög marknadsandel på en snabbt ökande marknad. Investeras kraftigt i stjärnor för att de ska ha kvar sin andel (eller utökad) när marknadens tillväxt avtar. Dem kan då bli kassakor.

0,5



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)

FEGA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

8

Uppgift nr /
Question no:

3

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Kassakor: Hög marknadsandel men
låg tillväxt på marknaden. Kassakor
har en bra plats på en stabil marknad
och företaget tjänar mest pengar
på dessa då dem inte behöver investera
kraftigt i dem.

0,5

Hundar: Produkter med liten marknadsandel
och låg tillväxt. Hundar gör företaget
ingen eller väldigt lite vinst samtidigt som
de har låg potential. Bör så småningom
avvecklas.

0,5



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)

FEGH01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

9

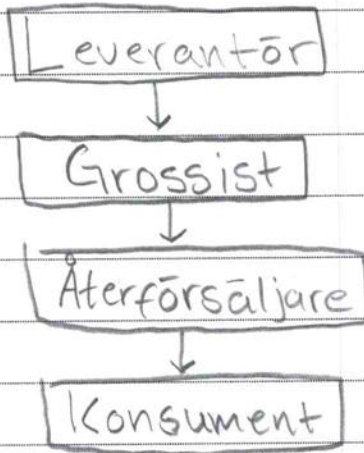
Uppgift nr /
Question no:

4

Poäng / Points
awarded:

Lärares
anteckning
Examiner's remarks:

a)



4

b) Fysisk distribution: När en aktör personligen fraktar varor till en annan aktör i ett distributionssystem. T.ex. en återförsäljare erbjuder hemkörning av varor till konsumenter.

2

Matchning: En aktör specialanpassar sitt erbjudande till en andra enskilda aktörer.

T.ex. en grossist som köper in från flera leverantörer och anpassar en blandning av dessa när de säljer vidare till återförsäljaren.

2

Finansiering: En aktör hjälper en annan genom att bidra med extra stöd. T.ex. En producent som tillhandhåller grossisten med ett extra varulager.

2

Anonymitetskod: FEGA01-800

Svarshäfte till Fråga 5 - 6
Jörg Pareigis

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)

FEGA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

11

Uppgift nr /
Question no:

5

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Brus är externa faktorer utanför
marknadsföringen som kan påverka
hur meddelandet som företaget
skickar tas emot av konsumenten.

Brus är ett problem för en effektiv
kommunikationsprocess eftersom den
försvarar för företaget att budskapet
dem skickar iväg kommer tas
emot på sättet som är tänkt.

4



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 - 800

Löpande sidnr
Consecutive no:

12

Uppgift nr /
Question no:

6

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Personlig försäljning är ett verktyg som företaget kan tillämpa genom att ansikte mot ansikte interagera med kunder. Både för att sälja kortsiktigt och för att bygga lönsamma långvariga relationer.

Personlig försäljning är ett dyrt verktyg men når ut bra till utvalda segment då företaget hamnar på konsumentens nivå och får bättre förståelse över deras behov och önskemål.

Public Relations (PR) används av företaget för att genom aktörer utanför sprida ett gott rykte, bättra på sin image och avfärda oönskade rykten.

Företag kan få god PR genom t.ex. mediakanaler, sponsring eller olika event. PR har fördelen att vara mer trovärdig än andra verktyg i promotionsmixen då budskapet inte kommer direkt från företaget.

Negativt är att om företaget får dålig PR kan det skada förmågan att bygga långvariga relationer.

Två skillnader

1. Personlig försäljning så kommunicerar företaget direkt med enskilda individer, medans PR är opersonligt.
2. Personlig försäljning är dyrt per individ den når ut till medan PR är billigt per individ.



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)

FEGA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

13

Uppgift nr /
Question no:

7

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

1. ...
2. ...
3. ...
4. ...



Anonymitetskod: FEGA01-800

Svarshäfte till Fråga 7 - 8
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)

FEGA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

15

Uppgift nr /
Question no:

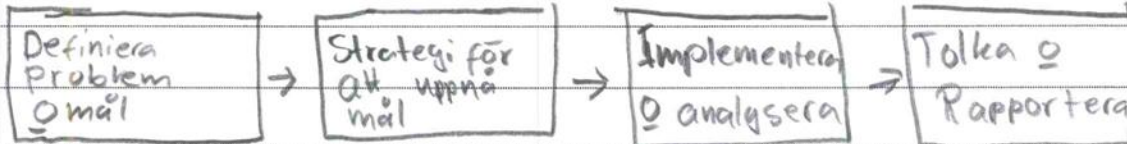
7

Poäng / Points
awarded:

4

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

1. Definiera problem och undersökningsmål, |
2. Bestäm strategi för att uppnå samma mål, |
3. Implementera strategin och analysera informationen
4. Tolka och rapportera resultatet, |



Marknadsundersökningsprocessen är när företaget har ett problem som de vill ha svar på och som det behöver samlas in information för. Sedan måste informationen tolkas och rapporteras till beslutsfattare.

Undersökningen kan samla in informationen under tre huvudkategorier

Internal data: Information som redan finns i företaget

Market intelligence: Extern information som redan samlats in för ett annat syfte.

Market research: Extern information som samlas in för detta specifika syfte.



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)

FEGA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

16

Uppgift nr /
Question no: 8

Poäng / Points
awarded: 6

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Marknadsskamning innebär att företaget ska ha ett högt pris i början för att maximera vinsten per vara i ett segment som är villiga att betala mer för denna produkt. Sedan sänker dem priset succesivt för att nå andra segment och på så sätt maximera vinsten för varje segment. Därför bör strategin tillämpas då det är en ny produkt. Produkten bör även anses som exklusiv för att legitimera det höga priset. Produkten måste vara aktuell under en längre tid för att efterfrågan hos de senare segmenten ska finnas kvar. 5

b) Eftersom segmenterad prissättning innebär att priset på produkter varierar beroende vem det är som köper så kan det uppstå uppfattad orättvisa. Det kan bero på att det är liten skillnad mellan de olika segmenten. T.ex. barn under 6 år går in gratis på teater medan en som är 7 år betalar fullpris. Kan även uppstå orättvisa ifall den segmenterade prissättningen blir till fördel för segment som har det bättre än andra. 5



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:

17

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: FEGA01-800

Svarshäfte till Fråga 9 - 11
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)

FEGA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

19

a) Targeting
Differentiering
Positionering

Uppgift nr /
Question no: 9

Poäng / Points
awarded:

b) Geografiska Demografiska Psykografiska Beteendemässiga

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Geografiska: Delar in kundgrupper beroende på vart de befinner sig. Det kan vara land, stad, klimatzon, folktäthet m.m.

3

Demografiska: Företaget delar in segment beroende på variabler såsom ålder, kön, etnicitet m.m.

5.5

Psykografiska: Företaget delar in segment beroende på hur olika kunder lever sitt liv. Livsstil, arbete och fritidsnöjen är några exempel.



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)

FEGA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

20

Uppgift nr /
Question no:

10

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Dagligvaror skiljer sig stort från specialprodukter. Då dagligvaror brukar kännetecknas för någonting som kunden handlar ofta utan att tänka speciellt mycket (vanebaserat köpbeteende) så är specialprodukter någonting som kräver mycket engagemang och det är stor skillnad på produkterna (komplex köpbeteende).

Dagligvaror har ofta ett väldigt lågt pris medan specialvaror är dyrt.

Hur företaget framhäver dessa varor varierar också stort. Dagligvaror distribueras intensivt till många olika återförsäljare och har oftast väldigt stora segment som de riktar sig mot. Annonsering är därför ett populärt alternativ då de når ut till många med en gemensam nämnare.

Specialprodukters distribution är exklusiv till en eller några få noggrant utvalda kanaler. Då specialprodukter även riktar in sig till mycket smalare segment använder dem sig mer av personlig försäljning.

Exempel på specialprodukt: Sportbil.

Exempel på Dagligvaror: Mjök.



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)

FE GA01-800

Löpande sidnr
Consecutive no:

21

Uppgift nr /
Question no:

11

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Societal marketing concept är en filosofi som menar att om företaget ska lyckas så måste de ta hänsyn till företagets vinst och kundernas önskemål samtidigt som de tänker på vad som är bäst för samhället och kunderna långsiktigt.

Marketing concept är idén om att företaget ska kunna få vinst måste de fokusera på att bygga goda långsiktiga relationer med sina kunder.

Se s. 618
i kursboken