



Antal blad /
Number of sheets

19 ✓

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

F E G A Ø 1 - Ø Ø 7 ✓

Tentamensdatum /
Examination date:

3 nov 2017

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					
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: 82

Betyg / Grade: VG

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

1

Anonymitetskod: FEGA01-007

Svarshäfte till Fråga 1 - 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)

FEGA01-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

2

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points
awarded:

10

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Strategisk planering: Den process där företag lägger upp en plan för vad företaget vill åstadkomma för att kunna leverera överlägset kundvärde och bygga lönsamma kundrelationer

b) 1. Definera företagets syfte/uppdrag (mission)

Vad vill företaget åstadkomma med försäljning av sina produkter? Vad företaget har för syfte.

2. Sätt mål

När företaget kommit fram till vad syftet är med företaget, måste dom sätta mål för att uppfylla/fullfölja syftet. De måste sätta mål för vilka dom ska nå ut till, vilka typer av produkter som dom ska producera för att nå ut till dessa kunder och uppfylla syftet.

3. Designa en affärsportfölj:

Här analyserar företaget den existerande portföljen (om så finns) och sedan med hjälp av den + syfte och mål, designa en ny portfölj för sina produkter. För att analysera en portfölj kan företaget använda sig av bland annat Bostonmatrisen.

4. Planera marknadsföringsstrategi och andra strategier

När allt inom företaget är färdigt vänder sig företaget nu till att marknadsföra sina produkter. Företaget planerar sin marknadsföringsstrategi genom segmentering, targetting, positionering och differentiering.



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)

FECA01-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

3

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Marknadsföringen spelar störst roll i steg 4
då de första 3 stegen i processen handlar
om vad som händer inom företaget, men
med marknadsföring i åtanke då syftet med
hela processen är att skapa kundvärde och
kundrelationer och det gör man via marknads-
föring. Steg 4 handlar enbart om marknads-
föringen och då med en stabil grund och syfte
som underlättar hur man ska marknadsföra:



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)

FEGA01-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

4

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

10

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Segmentering: när man delar upp marknaden i mindre grupper som har olika behov eller egenskaper som kräver olika typer av marknadsföringsstrategier.

b) Segmenteringsprocessen
Marknadsstrategiprocessen?

Segmentering: man delar in marknaden i mindre grupper.

Targeting: man analyserar segmenten och väljer ett eller flera att ge sig in på.

Differentiering: man försöker skilja sig från sina konkurrenter.

Positionering: Man positionerar sig mentalt och fysiskt. Kunden ska tänka på företaget när man nämner en typ av produkt.



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)

FEGAD1-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

5

Uppgift nr /
Question no:

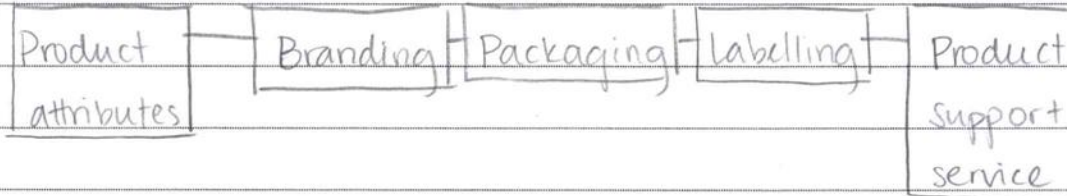
3

Poäng / Points
awarded:

10

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Individual product decision process



Product attributes: Vad ska produkten ha för egenskaper? Bestämmer hur den ska se ut utseendemässigt - färg, form osv.

Branding: Man bestämmer ett varumärkesnamn till produkten - namnet får inte vara något som finns och det ska vara lätt att komma ihåg.

Packaging: Hur ska produkten packeteras och hur ska packeteringen se ut? Packetering kan både höja och sänka värdet på produkten.

Labelling: Här bestämmer man hur etiketten på produkten ska se ut, på denna står ofta varumärkesnamnet.

Product support service: produktens supporttjänster
Företaget ser till att det finns supporttjänster ofta i form av ett telefonnummer, mailadress eller hemsida där kunder kan höra av sig om dom har frågor eller vill tex reklamera.

