



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. Definiera 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)

FEGA01-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

5

Uppgift nr /
Question no:

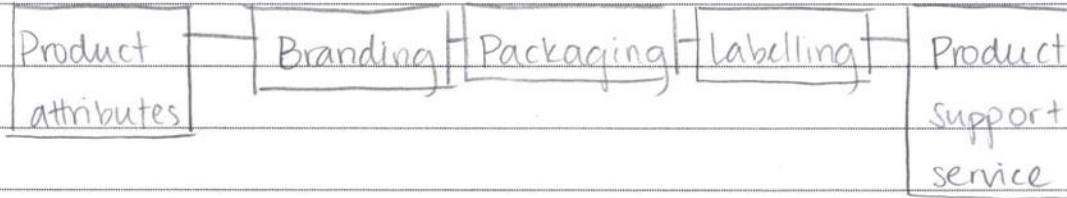
3

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.

Anonymitetskod: FEGA01-007

Svarshäfte till Fråga 4 - 6
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)

FEGAØ1-ØØ7

Löpande sidnr
Consecutive no:

7

Uppgift nr /
Question no:

4

Poäng / Points
awarded:

5

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Primärdata: insamlingen av data som företaget använder till en specifik företagsituation.

b) Market intelligence: är systematisk analys av allmänt tillgänglig information som företaget kan använda.

Organisationer kan samla in denna typ av information via bland annat experiment, enkätundersökningar och causal research beroende på om företaget vill ha kvantitet eller kvalitet.

Tillexempel kan man göra enkätundersökning på hur många som köper ett visst märke på en viss vara (typ arla-mjölk) eller hur ofta man köper en viss produkt, eller varför.



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:

8

Uppgift nr /
Question no:

5

Poäng / Points
awarded:

6

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Värdesumman av en produkt som ett företag får vid försäljning

b) Markets skimming används oftast när ett företag vill att ens produkt ska uppfattas som exklusiv. Då skummar företagen sig igenom olika segment som är villiga att betala olika mycket för att produkten ska ses som exklusiv i varje segment, trots att företaget successivt sänker priset.

Företaget börjar med det segment som är villiga att betala mest, och sätter högsta möjliga pris där. När produkten sedan inte är lika attraktiv så byter företaget segment som inte vill betala precis lika mycket, och sänker priset så det blir det högsta möjliga priset för det segmentet. Så fortsätter det till produkten inte är värd så mycket längre eller att den inte är attraktiv längre.



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)

FEGA 01-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

9

Uppgift nr /
Question no:

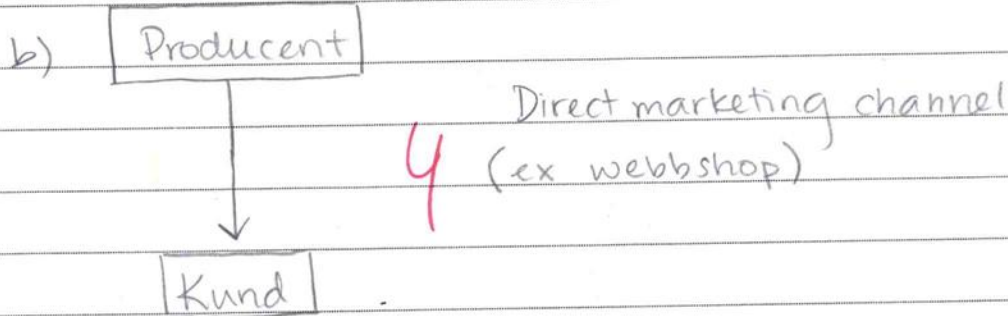
6

Poäng / Points
awarded:

6,5

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Distribution channel: En kanal med eller utan mellanhänder som ett företag kan skapa för att på ett mer effektivt sätt få ut sina produkter på en marknad. 1,5



c) Mellanhändernas syfte är att hjälpa producenten att nå ut till sina kunder på ett mer effektivt sätt. Mellanhänder kan ofta åstadkomma/erbjuda mer än vad producenten själv kan. 1,5



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)

FEGA 01-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

10

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: FEGA01-007

Svarshäfte till Fråga 7 - 8
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)

FEG A01 - 007

Löpande sidnr
Consecutive no:

12

Uppgift nr /
Question no:

7.

Poäng / Points
awarded:

10P

Lärares
anteckning
Examiner's remarks:

a) Consumer market: Alla individer och hushåll som köper varor, tjänster och upplevelser för personlig konsumtion.

4P

b) Ett komplext köpbeteende innebär att man har ett högt köpengagemang samt upplever betydande skillnader mellan varumärken.

Vid köp av en bil, söker nog konsumenten upp information - vilken typ av bil vill jag ha? vilket märke? Bensin/diesel?

Konsumenten köper inte en bil på en måndagskväll för att han/hon inte hade något bättre för sig utan vill bestämma noga exakt vilken bil då det är en dyr investering som ska användas över lång tid.

6P



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)

FEGA Ø1-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

13

Uppgift nr /
Question no:

8.

Poäng / Points
awarded:

4p

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Consumerism: en organiserad rörelse som finns för kunders rättigheter och krafter som köpare gentemot en säljare.

4p

b) Product stewardship:

Minimerande av utsläpp genom en hel produktlivscykel bör kategoriseras som produkt förvaltning för att det är hållbart just nu men kanske inte i framtiden om man inte minskar utsläppen från början och det bidrar inte riktigt till en hållbar miljö

3p



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:

14

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: FEGA01-007

Svarshäfte till Fråga 9 - 10
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)

FEGA 01-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

16

Uppgift nr /
Question no:

9

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Marketing: Den process som företag använder sig av för att generera överlägset kundvärde samt bygga starka och lönsamma kundrelationer för att få värde av kunderna i gengäld. 2

b) 1. Förstå marknaden och kundernas wants and needs

Företaget måste förstå vad kunderna har för önske mål; behov och efterfrågan för att kunna skapa överlägset värde för kunderna

2. Designa en marknadsföringsstrategi

Här använder sig företag av segmentering, targetning, positionering och differentiering för att nå ut till kunderna på bästa sätt.

3. Skapa ett marketing program för att skapa överlägset kundvärde:

Företaget använder sig av marketingmixen (produkt, pris, plats, promotion) för att skapa kundvärde

4. Bygga lönsamma kundrelationer

Målet med marknadsföringen är bland annat att skapa lönsamma kundrelationer så man får lojala kunder som återkommer

5. Få värde i gengäld för att skapa profits och customer equity:

Företaget får värde tillbaka i form av vinster och kundnöjdhet.



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)

FEGA 01-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

17

Uppgift nr /
Question no:

9

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

c). Mikromiljö är de aktörer som står företaget
närmast och kan påverka företaget och dess
marknadsföring:

FML KAR

Exempel på aktörer är

- Företaget själva
- Mellanhänder
- Leverantörer
- Konkurrenter
- Allmänheten
- Kunder

Makromiljö är de krafter som står längre bort
från företaget och kan påverka mikromiljön.

Exempel på krafter:

- Demografiska
- Ekonomiska
- Naturliga
- Politiska
- Teknologiska
- Kulturella

Marknadsföringens miljö är allt runt omkring som
kan påverka marknadsföringen positivt eller negativt.

2,5

9,5



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)

FEGA01-007

Löpande sidnr
 Consecutive no:

18

Uppgift nr /
 Question no:

10.

Poäng / Points
 awarded:

Lärens
 anteckning
 Examiner's remarks:

a) Promotion mix: Den blandning verktyg ett företag kan använda för att nå ut till sina kunder.

b) ① Identifiera målgrupp. - vilka vill man du ut till?

② Bygg kommunikationsmål - vad är målet med marknads kommunikationen?

③ Skapa budskap - vilket meddelande vill du skicka ut till dina potentiella kunder? ★

④ Välj rätt kanal / media - vart ska du meddela ditt budskap? Exempel är Facebook, tidningar

⑤ Välj rätt media source - vem ska förmedla ditt budskap? - du, kändis, tjej/kille?

⑥ Samla feedback - samla responser du får av dina kunder utifrån ditt budskap.

★ Man kan använda sig av AIDA-modellen:

Get Attention

Hold Interest

Arouse Desire

Obtain Action

Samt ska budskapet vara

Rationellt (tilltala förnuft)

Emotionellt (väcka känslor)

Moraliskt (rätt eller fel)

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)

FEGA 01-007

Löpande sidnr
Consecutive no:

19

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks: