



Antal blad /
Number of sheets

3 4 ✓

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 1

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 2 8 ✓

Tentamensdatum /
Examination date:

2015-12-11

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: 72,5

Betyg / Grade: 9

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: Fega01-028

**FEGA01 Marknadsföring &
FEGA46 Marknadsföring på
fastighetsmarknaden**

Svarbilaga fråga 1



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)

Fega01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

2

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points
awarded:

4,5

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

8

2,5

3

1

2

8

0

a) Sales promotion - kortvarig påverkan för att uppmuntra till köp av en tjänst eller vara

b) Exklusiv distribution - Det är endast ett fåtal återförsäljare som får rätten att sälja en produkt

c) Market targeting - Val av det bäst anpassade segmentet för ens vara eller tjänst där man kan bli mest lönsam och tillfredsställa kunderna och ge kundvärde

d) Threats - Det är de konkurrenter som finns på marknaden som är med och konkurrerar om konsumenterna

e) Service - Är en fördel, aktivitet som är imateriell och kommer inte att leda till något ägandeskap

g) Produkt - Allt som ges ut på marknaden för användning, förbrukning mm och möter förhoppningsvis kunderna behov och efterfrågningar

f) Gatekeepers - Det sätt man håller koll på befintliga och identifierar nya konkurrenter på marknaden.



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)

Fega01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

3

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

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)

Foga 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

4

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

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)

Foga 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

5

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: Fega 01-028

**FEGA01 Marknadsföring &
FEGA46 Marknadsföring på
fastighetsmarknaden**

Svarbilaga fråga 2

Patrik Gottfridsson



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)

Fega01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

7

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

9

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

9

Medvetenhet



Kännedom



Känslor



Preferensen



Övertygelse



Köp

Modellen visar på vilka olika stegen som en kundgrupp kan befinna sig i från dess att de är Medvetna om en produkt tills de köper den

Hur medveten är kunden om produkten?

Om kunden är medveten om produkten vet han något om den?

Om kunden har kännedom, vad tycker de då om den?

Kunden kanske gillar produkten, men föredrar de den framför andra

Gäller att övertyga kunden att detta är den bästa produkten

Få kunden att köpa produkten



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 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

8

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

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)

Foga 01 - 028

Löpande sidnr
Consecutive no:

9

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: Fega01-028

**FEGA01 Marknadsföring &
FEGA46 Marknadsföring på
fastighetsmarknaden**

Svarbilaga fråga 3

Nina Löfberg



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 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

11

Uppgift nr /
Question no:

3

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a)

1. Producenter

2. Grossister

3. Återförsäljare

4. Konsumenter

4p

b)

1. Risktagare

2. Fysisk distribution

3. Promotion

4. Förhandla

2p

c) 1. Producenter är de som tar risken och tror på produkten de gör

2. Grossister är de som transporterar och lagrar produkterna

3. Återförsäljarna är de som skickar ut info och presenterar produkten för marknaden

4. Konsumenterna är de som kan vara med och diskutera det utsatta priset genom att prata
till exempel

2p / 8p



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 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

12

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

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)

Fegen 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

13

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: Fega 01-028

**FEGA01 Marknadsföring &
FEGA46 Marknadsföring på
fastighetsmarknaden**

Svarbilaga fråga 4-6

Emma Axelsson



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)

Fega01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

15

Uppgift nr /
Question no:

4

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Man baserar sitt ledarskap på vilka kostnader som man har i bolaget. Utifrån detta bygger man sedan sin positionering

b) Med hjälp av differentiering får man goda möjligheter att positionera sig på marknaden.

som betyder?

~~4~~ 4

c) Man fokuserar sin positionering till en viss del av marknaden för att kunna vara med och konkurrera på den delen.



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)

Fega01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

16

Uppgift nr /
Question no:

5

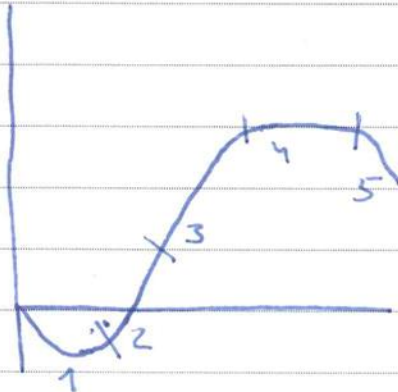
Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Första steget är att planera företagets huvudmål/affärsidé. Nästa steg i planen är att man ska sätta upp delmål som de olika enheterna är ansvariga för. Här gör man även en strategisk revision (intern och extern). Tredje steget är att man ska designa företagets portfölj där man tittar på olika tillväxtstrategier och sorterar in befintliga kunder/produkter i kategorier. Fjärde och sista steget är att man ska sätta ihop en fungerande marknadsföringsmix

4

BRÅ!



- 1 produktionsstadie
- 2 Introduktionsstadie
- 3 Tillväxtstadie
- 4 Mognadsstadie
- 5 Minskingsstadie

Exempel Tv:

? koppla till
frågans exempel?

I produktionsstadiet är tv:n är kostnaderna stora beroende på att tv:n inte lanserats än

I introduktionsstadiet sätter man ut produkten på marknaden på ett av fyra sätt (skim slowly, skim rapidly, rapid penetration och slow penetration). I detta fall är skim slowly valt som innebär att man sätter ett högt pris men har en låg promotion.

I tillväxtstadiet ökar vinsterna beroende på att de fasta kostnaderna sprids ut på fler tv-apparater. Här kommer det ofta in fler aktörer med liknande produkter in på marknaden.

I Mognadsstadiet dämpas försäljningen av tv:n av en aning och "sticker inte ut" från mängden längre. Här försöker man att skicka tillbaka tv:n till tillväxtstadiet genom att lägga till några funktioner.

7



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)

Fegen 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

18

Sista stadiet är minsknings stadiet. Här
läter jag mina tv-apparater "suga ut" det sista
av marknaden innan jag slutar tillverka den.
Nu har det kommit en ny teknik som gör
min tv inaktuell

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärens
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)

Fegn 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

19

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: Fega01-028

**FEGA01 Marknadsföring &
FEGA46 Marknadsföring på
fastighetsmarknaden**

Svarbilaga fråga 7-8

Martin Löfgren



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)

Fega01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

21

Uppgift nr /
Question no:

7

Poäng / Points
awarded:

6

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Bal,
/ Matt

Positionering är hur man vill att konsumenterna ska tänka på ett märke. Beroende på hur stark positionering man har kommer märket att uppfattas olika

More for more: Konsumenterna får betala mer för varan/tjänsten men de får även mer för pengarna

less for much less: Alla kanske inte vill ha det bästa, då kan de få en liknande produkt för ett mycket bättre pris

The same for less: Vid denna positionering får du de bästa produkterna fast till ett bättre pris.



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 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

22

Uppgift nr /
Question no:

8

Poäng / Points
awarded:

5

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Top-of-mind positionering är en positionering de flesta strävar efter. Detta är när du associerar en viss vara/tjänst till ett enskilt märke

Ett exempel på detta är att om någon säger läsk så kommer de flesta att tänka på coca-cola



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)

Fegen01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

23

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärens
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)

Foga 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

24

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: Fega01-028

**FEGA01 Marknadsföring &
FEGA46 Marknadsföring på
fastighetsmarknaden**

Svarbilaga fråga 9-10

Johan Kaluza



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 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

26

Uppgift nr /
Question no:

9

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

1 Definition av problemet: |

Offta vet ledningen att de har ett problem men inte exakt vad de är. Därför brukar de ofta använda sig av tre metoder för att få en bättre bild. 1. Informering: Här försöker man få en tydlig definition av problemet. 2. Beskrivning: De försöker få en beskrivning av problemet. 3. Orsak/verkan: Man tittar på förhållandet mellan orsak/verkan

2 Utveckling av en marknadsföringsplan |

Här tittar företaget på vilka metoder de ska använda, vilka som ska delta, hur det ska genomföras och hur informationen tas fram.

Information kan tas fram på 2 sätt (sekundär och primärdata)

Sekundärdata: Företaget använder sig av redan inhämtat material som finns i företaget. De måste dock kontrollera så att allt finns med och är aktuellt då dessa underlag ofta är inhämtade för ett annat syfte.

Primärdata: Kan göras på 3 olika sätt, observational; survey- och experimental research,

Vänd 7



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)

Foga01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

27

Observational research: Företaget analyserar relevanta människor, situationer, förhållanden

Uppgift nr /
Question no:

9

Poäng / Points
awarded:

4

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Survey research: Företaget intervjuar relevanta människor på ett strukturerat eller ostrukturerat sätt. De kan även ställa frågorna på ett direkt eller indirekt sätt

Experimental research: Företaget tittar på liknande grupper och ger dem olika behandling för att sedan analysera orsak/verkan.

3 Genomförande av undersökningsplanen |

Här genomför företaget sin undersökning. Detta steg är det svåraste för det får inte gå fel någonstans. Frågorna måste ställas på rätt sätt.

4 Tolkning och rapportering |

Sista steget av undersökningsprocessen. Här tolkas och skapas rapporterna. Man kan ibland behöva specialisthjälp för att tolka resultaten men den sista översynen bör ses över av en erfaren marknadsförare.



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)

Fega01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

28

Uppgift nr /
Question no:

10

Poäng / Points
awarded:

7

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

a) Segmenterad prissättning kan delas in på tre sett (Kund, Produkt, tid)

Kundpris : Man sätter olika pris för olika sorts kunder (studentrabatt)

Produkt pris: Man sätter olika priser på olika versioner av samma produkt (budget eller kvalitet)

Tids pris : Man tar olika pris beroende vilken tid man gör något (trängselkort)

5

b) Psykologisk prissättning kan justeras genom att man antingen sätter ett högre pris för att produkten ska verka bättre eller tänka på små skillnader. 399,95 låter mindre än 400 kr

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)

Foga01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

29

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärens
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)

Foga 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

30

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

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)

Feg201-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

31

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: Fega01-028

**FEGA01 Marknadsföring &
FEGA46 Marknadsföring på
fastighetsmarknaden**

Svarbilaga fråga 11

Peter Samuelsson



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)

Feg201-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

33

Uppgift nr /
Question no:

11 a

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

g)

Komplex köpbeteende: Hög konsumentdeltagande
där det finns betydande
skillnader mellan märken /

Dissonans reducerande köpbeteende: Hög konsumentdel-
tagande där det inte finns
betydande skillnader mellan
märken |

Känebildande köpbeteende: Lågt konsumentdeltagande.
Man köper det man alltid
köper ~~☺~~

Variande köpbeteende: Litet konsumentdeltagande.
Man köper det man känner
för för tillfället

1/30



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 01-028

Löpande sidnr
Consecutive no:

54

Uppgift nr /
Question no:

115

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

b)

Komplex köpbeteende: Till exempel när du ska köpa en bil. Det finns många olika märken som erbjuder olika funktioner.

Dissonansreducering köpbeteende: När man ska köpa en tröja. Det finns ofta många olika märken men alla plagg fyller samma funktion.

Vanebildande köpbeteende: Vid köp av mjölk. Man tänker ofta inte på de olika märken utan tar den mjölk man alltid har druckit.

Variation köpbeteende: Vid köp av chips. Det finns egentligen inga större skillnader mellan märken. Man köper det man känner för just då.

1/6p