



Antal blad /  
Number of sheets

1 2 ✓

# 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
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

FEGBØ1 Företagsekonomi 2.  
Kurskod + Kurs / Course Code + Course:

Marknadsföring e affärsutveckling.  
Delkurs / Part course:

Anonymitetskod / Anonymous code =  
Kurskod + kodnr / course code + code number  
FEGBØ1 - Ø33 ✓

Tentamensdatum /  
Examination date:  
7/10-16.

## 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							
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: 51  
Betyg / Grade: G  
Max poäng / Total marks gained: 80  
För Gk poäng / Marks gained to be passed: 48

Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner

Namnförtydligande / Clarification of the signature

1  
FEGB01  
Anonymitetskod 033.

Svarshäfte FEGB01,

Marknadsföring och affärsutveckling

Fråga 1-2, Maria Åkesson

OBS Om ytterligare blad behövs måste  
dessa häftas samman med 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)

FEGB01-033

Löpande sidnr  
Consecutive no:

2

①

Uppgift nr /  
Question no:

1

Poäng / Points  
awarded:

10

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

- förstå och mäta värde, samt hitta korrekta verktyg till att göra detta på.

- kommunicera värde erbjudandet.

- sätta nya mål för sälffunktionen.

- förändra och utveckla belöningsystemet.

- göra relevanta segmenteringar.

o De måste först förstå & mäta de värde de erbjuder och förstå kundens uppfattning av de producerade värdet. Det måste sedan lyckas med att kommunicera det skapade värdet ut till marknaden på ett adekvat sätt. De måste även lyckas med relevanta segmenteringar för att nå ut till de kunder som är villiga att betala för värde erbjudandet. Även viktigt att de får tillbaka något av de skapade värdet.

ok.





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)

FEGB01-033

Löpande sidnr  
Consecutive no:

3

②

a) Marknadsrelaterade innovationer är samma innovationer som har direkt med marknaden att göra. Kan vara T.ex. någon av de under nämnda innovationerna.

- Tjänste innovation
- Erbjudande innovation
- Leverans innovation
- Kund innovation
- Affärsmodell innovation
- Nätverks innovation

5

Uppgift nr /  
Question no:

2

Poäng / Points  
awarded:

8

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

b) öppen innovation är något (innovation) som är öppet för omvärlden. Något som de kan se och uppleva. dvs. inte något som endast erbjuds internt i företaget. → Den accepterad och synlig innovation.

3

Anonymitetskod <sup>FEGB01</sup>033.

Svarshäfte FEGB01,

Marknadsföring och affärsutveckling

Fråga 3-4, Emma Axelsson

OBS Om ytterligare blad behövs måste dessa häftas samman med 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)

FEGB01-033.

Löpande sidnr  
 Consecutive no:

5

Leave this area blank

③

a)

Uppgift nr /  
 Question no:

3

Poäng / Points  
 awarded:

Lärarens  
 anteckning  
 Examiner's remarks:

6  
 se s. 58  
 135 i  
 kursboken

b) Strategic Commitment

Risken är "strategisk envishet"

3

\* strategic commitment inställning handlar om att man tror att i morgon kommer vara tillräckligt lik idag, vilket gör att det som är lönsamt idag också är det i morgon.

Ett exempel är Nokia då smartphonen kom, Nokia var säkra (envisa) och trodde att den traditionella mobilen skulle bli mer eftertraktad igen och att smartphonen endast var en fluga, vilket gjorde att de förlorade mycket pengar då det väntade med att lansera Nokias smartphone -> detta kan handla med "strategisk envishet" som risk.

Universitetstryckeriet





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)

FEG301-033

Löpande sidnr  
Consecutive no:

6

Uppgift nr /  
Question no:

4.

Poäng / Points  
awarded:

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

4) Teknologisk innovation.

a) icke-mäta behov.

från komponent till systemlösning.

Kundsupport.

dramatiskt lägsta pris.

"förenklat användarb?"

b) Teknologisk innovation → komma med nya tekniska lösningar/produkter till verksamheten.

icke-mätta behov → vi kan till exempel införa ett SPA i hotellet som får användas av stamkunder.

från komponent till helhetslösning → vi kan erbjuda både boende  $\hat{=}$  t.ex. införa frukostbuffé vilket gör att de som bor hos oss inte behöver åka utanför hotellet för att äta = helhetslösning.

Kundsupport → vi ska vara snabba med att hjälpa kunder vid behov och vara till hjälp.

dramatiskt lägsta pris → vi ska ha mycket billigare än våra konkurrenter = kunderna är dumma om de inte bor hos oss, längre  $\hat{=}$  oftare.

~~3~~

~~3~~

se s.

2089 ;  
kursboken

Leave this area blank

Anonymitetskod FEGB01  
033.

Svarshäfte FEGB01,

Marknadsföring och affärsutveckling

Fråga 5-6, Jasenko Arsenovic

OBS Om ytterligare blad behövs måste dessa häftas samman med 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)

FEG301-033

Löpande sidnr  
Consecutive no:

8

Uppgift nr /  
Question no:

5

Poäng / Points  
awarded:

0

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

0

Leave this area blank

⑤ Det finns "låg komplexitet" i de produkter som tillverkas vilket kan göra att företag vill in på var konkurrerande marknad.

• Hög efterfråga → de ser en öppning att komma in på marknaden och tjäna pengar = blir var konkurrent.

• Låga inträdesbarriärer kan leda till att potentiella företag kan bli våra befintliga konkurrenter då det är enkelt att ta sig in på den marknaden vi konkurrerar i.



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)

FEGB01-033

Löpande sidnr  
Consecutive no:

9

Uppgift nr /  
Question no:

6

Poäng / Points  
awarded:

9,5

Lärens  
anteckning  
Examiner's remarks:

⑥ - Befintliga konkurrenter.

- Hot av Substitut.

- Hot av nya aktörer

- förhandlingskraft från kund

- förhandlingskraft från leverantör.

\* Befintliga konkurrenter.

Stark: När de har en stark positionering samt  
differentierade produkter.

Svag: När det finns många företag med liknande  
produkter (standardiserade produkter).

1,5

\* Hot av substitut.

Stark: När det finns många substitut till vår produkt  
T.ex (blå penna till svart penna.) till billigare pris.

Svag: Vi har en differentierad produkt & det finns få aktörer.

2

\* Hot av nya aktörer

Stark: När det finns låga inträdesbarriärer & en  
en efterfrågan på marknaden.

Svag: Höga inträdesbarriärer & då vi har lojala kunder.

2

\* förhandlingskraft från kund:

Stark: Låg switching cost, då de finns standardiserade  
produkter → kunden kan spela leverantörerna mot  
varandra.

Svag: Höga switching costs & vi har en bra  
positionering.

2

\* förhandlingskraft från leverantör.

Stark: När det finns få leverantörer men många  
företag, nästan monopol för leverantören.

Svag: Det finns många leverantörer & vårt företag är  
mycket framgångsrikt = vill samarbeta. få företag finns.

2

Anonymitetskod FEGB01  
033

Svarshäfte FEGB01,

Marknadsföring och affärsutveckling

Fråga 7-8, Bo Rundh

OBS Om ytterligare blad behövs måste dessa häftas samman med 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)

Löpande sidnr  
Consecutive no:

FEG301-033

11

7

Uppgift nr /  
Question no:

7

Poäng / Points  
awarded:

9

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

a) vad karaktiserar industriella marknader =

- förädlingskedjor.

- olika kund kategorier.

- inköpsprocesser.

- interaktion.

- långsiktighet.

- internationella.

- efter frågan är kontinuerlig/trög föränderlig..

- Relationer.

2.5

b) interaktion = när två eller flera företag integrerar med varandra, det är en ömsesidig påverkan. Säljaren vill involvera köparen i att skapa värde.

2

c) vad karaktiserar den industriella inköpsprocessen =  
Det finns en beslutfattar enhet (DMU) som kan  
Trix vara ledningen eller inköpschefen. Det finns  
en inköpspolicy = inköpsstrategi som ska följas de  
processen/köpet ofta är komplext. Motivet till inköpet  
är ofta av ekonomisk karaktär. Ett industriellt inköp  
är antingen en investering eller ett återköp. Man måste  
också ta hänsyn till riskbenägenheten → köpen är ofta  
stora vilket gör att risken kan öka då det blir  
mycket dyrt ifall vårt beslut/inköp är felaktigt.

4.5

Leave this area blank



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)

FEG301-033

Löpande sidnr  
Consecutive no:

12

Leave this area blank

8

Uppgift nr /  
Question no:

8

Poäng / Points  
awarded:

8,5

Lärarens  
anteckning  
Examiner's remarks:

5

a) Här använder vi den sk. "relationstrappan".

- Prospect → Inget köp ännu men kunden har visat intresse.
- Purchast → Sporadiska köp. Sker, kunden fattar tycke för produkten.
- Client → Stadigvarande kund, kund finns i leverantörens kundregister.
- Supporter → Kund presterar gott om leverantör till andra kunder.
- Advocate → Kunden bärjar företrädja företaget, påbärjar en relation.
- Partner → Det skrives ett formellt kontrakt om ett partnerskap vilket är grunden för en långsiktig relation/samarbete.

b) Relations marknadsföring baseras på 6 komponenter.

- Engagemang
- förtroende
- långsiktighet.
- kommunikation
- kund service
- gemensamma fördelar.

1

\* Relationsmarknadsföring handlar om att skapa konkurrensfördelar genom långsiktiga och långsamma relationer. Här är det enligt artikeln viktigt att båda får ut något av relationen.

c) - Makt

- Tillit.
- frekvens.
- Långsiktighet.
- Närhet/distans.
- Sociala - Personliga aspekter.
- Samarbetet.

Inu diskuteras

2,5