



Antal blad /
Number of sheets

26 ✓

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

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	9	9
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Tentamensdatum /
Examination date:

15/10 - 15

 ✓

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:

76 ~~76.5~~ ~~73.5~~ 76

Betyg / Grade:

VG

Examin. lärare / Kursansvarig signatur / Signature of the examiner

Max poäng / Total marks gained:

95

Namnförtydligande / Clarification of the signature

För Gk poäng / Marks gained to be passed:

57

Anonymitetskod: FEGA01-099

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)

FEGA 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

2

Uppgift nr /
Question no:

1

Poäng / Points
awarded:

12

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

A) Begreppet kundvärde innebär den skillnaden mellan fördelar och kostnader som en konsument får av ett marknadserbjudande, i jämförelse med vad de får av ett konkurrerande erbjudande. 2,5

B) När man pratar om hållbar marknadsföring så menar man marknadsföring som tillfredsställer konsumenternas behov, vad företaget vill uppnå, samt en aspekt där man marknadsför på ett sådant sätt så att framtida generationers behov ska kunna tillfredsställas. Ex. spara på råvaror, inte marknadsföra för överkonsumtion. 2,5

C) Kundtillfredsställelse uppnås när en produkts uppfattade prestanda matchar en konsuments förväntningar på produkten. 3

D) En konsuments önskemål är något som går ett steg längre än att bara ha ett behov. När behovet blir ett önskemål så kan det vara att man är i behov av mat, men vill ha pizza. Alltså en speciell produkt som man vill tillfredsställer behovet. 12/15

E) En pull-strategi innebär att man marknadsför sig så bra att man skapar en stor efterfrågan på produkten, vilket leder till att kunderna söker sig till produkten istället för att man aktivt behöver "trycka" produkten på kunderna. 3



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 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

3

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

Anonymitetskod: FEGA01-099

Svarshäfte till Fråga 2 - 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)

FEGA01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

5

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

I promotionsmixen finns det fem stycken olika verktyg: Annonsering, sales promotion, personlig försäljning, public relations och direktmarknadsföring.

Annonsering är någon form av betald icke-personlig marknadsföring som når ut till den stora massan. Alltså massmarknadsföring, ex. tv, radio eller tidningar.

Sales promotion är kortsiktiga säljfrämjande åtgärder som ska uppmuntra till köp under en viss period. Det lockar både gamla och nya kunder till butikerna men skapar inga egentliga relationer.

Personlig försäljning är en personlig presentation av en produkt från företagets säljstyrka. Syftet är att uppmuntra till köp, komma till avslut och bygga kundrelationer. Vanligt förekommande vid exklusivare produkter som kan kräva lite mer påverkan och information för att säljas i större skala, ex. bilar.

Public relations är företagets relation med allmänheten. Man vill som företag få god publicitet, bygga en bra företagsimage samt kunna motverka eventuella dåliga intryck/publicitet som kan uppstå. Detta kan uppnås genom bra word-of-mouth eller genom att ställa upp på olika event samt att vara sponsorer inom olika sammanhang.



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 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

6

Uppgift nr /
Question no:

2

Poäng / Points
awarded:

10

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Direktmarknadsföring är individuell personlig marknadsföring som är anpassad för olika kundsegment. Ett vanligt exempel är att universitet börjar skicka ut information lagom tills ansökningarna öppnar. Kan även vara via telefon, e-mail eller kataloger där företagen vill få dig att känna att du är speciell för dem.

||
~~8p~~ 10 p.

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)

FEGA 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

7

Uppgift nr /
Question no:

3

Poäng / Points
awarded:

5

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Customer Relationship Management är alltså vad det låter som, kundrelationshantering. Det är den process där företag vill bygga och bibehålla starka kundrelationer och erbjuda kunderna ett överlägset kundvärde gentemot konkurrenterna. Få kunderna att känna att man är det självklara alternativet att vända sig till för att få tillfredsställelse för sina behov och önskemål.

5

Anonymitetskod: FEGA 01-099

Svarshäfte till Fråga 4
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)

FEGA 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

9

A)

Faktorer som kan påverka köpbeteendet utöver de personliga är: kulturella, sociala och psykografiska.

Uppgift nr /
Question no:

4

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Kulturella faktorer kan vara ens uppväxt, vilka värderingar blev man uppväxt med och hur påverkar det köpbeteendet idag? Vad värdesätter man i sin nuvarande levnadsmiljö? Tillhör konsumenterna någon religiös eller etnisk grupp som man bör ta hänsyn till?

Sociala faktorer kan innefatta den grupp människor man har omkring sig och umgås med. Hur påverkar dom våra tänkta kunders köpbeteende? Vilken roll har konsumenterna i sin grupp/miljö, påverkar det?

Psykografiska faktorer kan vara livsstil, attityd etc. Faktorer som påverkar ens personlighet, levnadssätt och agerande. Det påverkar vad konsumenten använder för produkter, vad de får kosta och vilken kvalitet de ska hålla. SP

B) Produkten vänder sig till innovationsintresserade konsumenter som gillar underlättande ny teknologi. De får snabbt medvetenhet vid en lansering och söker omgående mer information för att avgöra hurvida produkten kan underlätta deras vardag eller agera exklusiv modeprodukt i heminredningen.

SP



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 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

10

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

Anonymitetskod: FEGA01-099

Svarshäfte till Fråga 5 - 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)

Löpande sidnr
Consecutive no:

FEGA01-099

12

Uppgift nr /
Question no:

5

Poäng / Points
awarded:

Lärens
anteckning
Examiner's remarks:

I kostnadsbaserad prissättning så vill man få ett lågt pris genom billig produktion. Man utgår alltså från vad slutprodukten får kosta redan vid produktionsstadiet, och anpassar produktionssättet och vilket material som ska användas därefter. Man vill penetrera marknaden genom det låga priset, vinna marknadsandel och en stor kundbas för att öka produktionsvolym och kunna sänka priset ännu mer genom billigare rörelsekostnader.

Vid värdebaserad prissättning så utgår man från vad kunden värderar med produkten. Man utvecklar därifrån en produkt som skapar det kundvärde som efterfrågas och baserar prissättningen baserat på produktionskostnad och exklusivitetens värde som medför kundvärde. Två underkategorier är, good-value pricing där man erbjuder en bra och tillfredsställande produkt till ett rimligt pris. Value-added pricing innebär att man lägger till värdeadderande egenskaper som gör att man kan sätta ett högre pris.

I kostnadsbaserad vill man få så lågt pris som möjligt och i värdebaserad ett högre pris men som tillfredsställer önskemål och ger högre kundvärde.

/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 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

13

A)

Via interna databaser samlar man in information som redan finns i företagets nätverk. Ex. gammal primär- och sekundärdata som tidigare samlats in i ett annat syfte, men som kan vara relevant vid en ny undersökning/ användning. Även data gällande det egna företaget som kan vara viktigt att ta hänsyn till vid undersökningar

Uppgift nr /
Question no:

6

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

B)

Via marketing intelligence samlar man in allmän information om marknaden, konsumenterna och konkurrenterna, som man använder sig av för strategiska fördelar.

C)

Marketing research används för att få in primärdata. Det kan vara genom en marknadsundersökning där man aktivt går ut och frågar konsumenterna om det man vill få svar på. Kan även ske via enkätundersökningar på internet.

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 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

14

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

SKRIV
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)

FEGA 02-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

15

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej
Leave this area blank

Anonymitetskod: FEGA01-099

Svarshäfte till Fråga 7 - 9
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)

FEGA 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

17

Uppgift nr /
Question no:

7

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

- 1. Idea generation ✓
- 2. Idea screening ✓
- 3. Concept development and testing ✓
- 4. Marketing strategy development ✓
- 5. Business analysis ✓
- 6. Product development ✓
- 7. Test marketing ✓
- 8. Commercialization ✓

6

Skriv ejts
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)

FEGA 01-099

Löpande sidnr
 Consecutive no:

18

Uppgift nr /
 Question no:

8

Poäng / Points
 awarded:

Lärarens
 anteckning
 Examiner's remarks:

Intangibility: Tjänsten innebär inget ägandeskap av något.
 Inseparability: Tjänsten kan inte skiljas från den som utför den.
 Variability: Tjänsten varierar beroende på var, när och hur den utförs.
 Perishability: Tjänsten kan inte sparas, förbrukas vid angivet tillfälle.

1.5

ej best.
 utifrån
 frisör-tjänsten

Skriv ej i detta
 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)

FEGA01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

19

Uppgift nr /
Question no:

9

Poäng / Points
awarded:

Lärares
anteckning
Examiner's remarks:

Skulle företaget som säljer ekologiska matvaror online välja att öka sin tillväxt genom market development så skulle jag råda dem om att ta sig in på en ny marknad genom att även öppna reella butiker i samhällen. Detta eftersom att matvaror är färskvaror och det därmed är svårt att bredda online-marknaden i för stor utsträckning. Även för att många fortfarande är skeptiska till att handla mat online, man vill känna och klämma på produkterna man köper. Ekologisk mat är trendigt, inne i tiden, och därför anser jag att en eller ett par riktiga butiker är rätt säg att gå för att utöka sin marknad, samt upplysa om att man även finns online. Det skulle få en breddad strategi genom att finnas på två olika marknader, vilket inte många konkurrenter skulle.

9

Genom produktutveckling skulle de behöva ta in något mer i sortimentet än bara ekologisk mat. Dett skulle kunna vara att man släpper ekologiska kokböcker anpassade just efter de råvaror man säljer. Då skulle strategin förändras från att man bara säljer matvaror, till att man säljer en komplett måltid i och med att man erbjuder kunderna recept, tips och trix för hur de förvaltar råvarorna på bästa sätt.

Skriv ej i detta
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)

FEGA 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

20

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärares
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej i detta område
Leave this area blank

Anonymitetskod: FEGA01-099

Svarshäfte till Fråga 10
Martin Löfgren

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 01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

22

Uppgift nr /
Question no:

10

Poäng / Points
awarded:

7

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

För att använda sig av dessa begrepp så börjar man med segmentering. Man tar först reda på konsumentmarknaden, sedan delar man upp denna marknad baserat på geografi, demografi, psykografi och beteende. Alltså var konsumenterna finns, ålder och kön etc., livsstil och inkomst, samt attityd och köpbeteende. Utifrån detta grupperar man konsumenterna efter hur man tror att de kan reagera på en viss sorts marknadsföring. När man segmenterat marknaden och valt en eller flera målmarknader så ser man till behoven och önskemålen, vad vill marknaden ha? Utifrån detta kartlägger man befintliga produkter och konkurrenter inom området, hur har dom positionerat sig och vad kan vi göra för att differentiera oss? Finns det ens en plats för oss på marknaden?

Anser man att man kan slå sig in på marknaden så utvecklar man en produkt som skapar mer kundvärde och tillfredsställelse. Det kan ske genom positionering, att man erbjuder en lika bra vara billigare, en bättre för lägre pris, eller en bättre vara för samma pris etc. Man vill bli "top-of-mind" hos sin målgrupp, det första varumärke dem tänker på när ett behov uppstår. Det kan man enklare uppnå genom att differentiera sig från konkurrenterna. Erbjudna något som sticker ut ur mängden och som skapar överlagset kundvärde för att vinna marknadsandelar och ökad tillväxt.

Skriv ejtes
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)

FEGA01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

23

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej här
Leave this area blank

Anonymitetskod: FEGA 01-099

Svarshäfte till Fråga 11
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)

Löpande sidnr
 Consecutive no:

FEGA 01-099

25

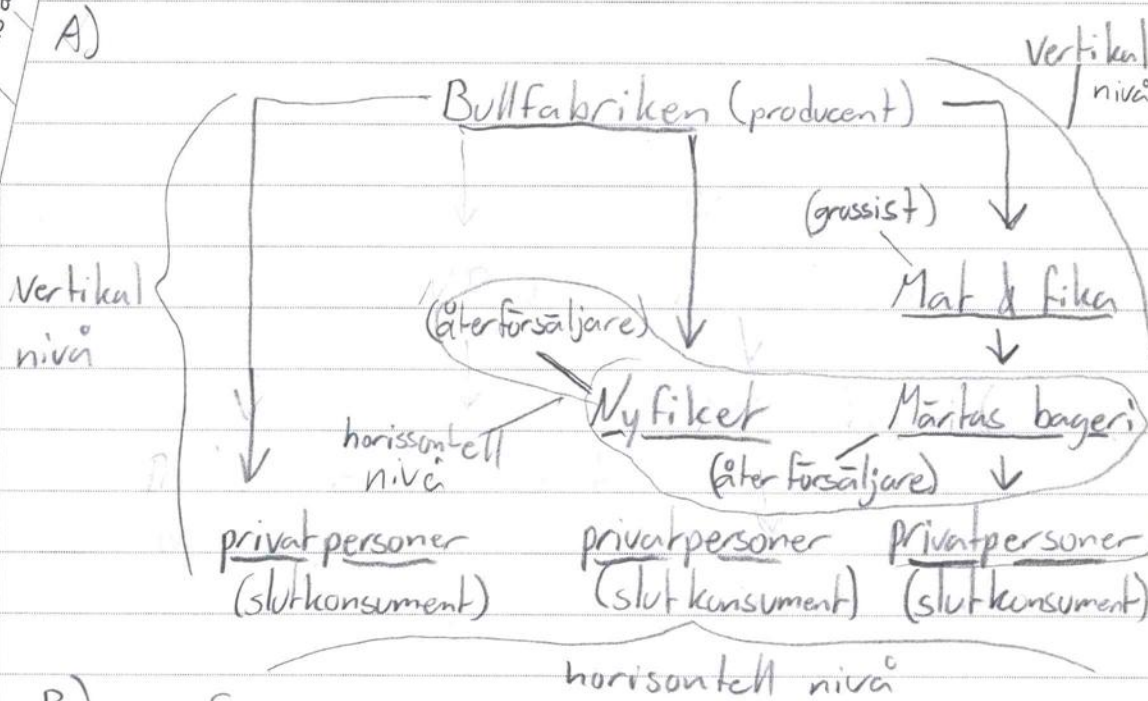
Uppgift nr /
 Question no:

11

Poäng / Points
 awarded:

Lärarens
 anteckning
 Examiner's remarks:

A)



B) se figur ovan

Bullfabriken: producent

Mat & fika: grossist

Myfiket, märts bageri: återförsäljare

Privatpersoner: slutkonsument

bp

c) Promotion: De kan utveckla och/eller för vidare information om marknads erbjudanden.

Förhandla: De kan diskutera och förhandla om priser för att komma till avslut.

Matcha: De kan forma och anpassa erbjudanden för att tillfredsställa konsumenternas behov.

Kontakt: De kan agera kontakt person mellan producent och återförsäljare/grossister, även slutkunder, och på så sätt för väsentlig information vidare mellan kanalerna. AP



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)

FEGA01-099

Löpande sidnr
Consecutive no:

26

Uppgift nr /
Question no:

Poäng / Points
awarded:

Lärarens
anteckning
Examiner's remarks:

Skriv ej i detta område
Leave this area blank