

## **DUGGA I TEAE14, MARKNADSKOMMUNIKATION OCH ANALYS**

28 Maj 2018

### **Om skrivningen**

1. Max 20p. 10p krävs för godkänt
2. Flervalfrågorna ger 1p per korrekt svar. Kryssa för det svar du tror är rätt, endast ett alternativ är rätt. Inga avdrag för felaktiga svar
3. Kortsvarsfrågornas maxpoäng anges vid uppgiften. Besvara uppgifterna i svarsrutan efter respektive uppgift. Svara kort och koncist

Lycka till!

Namn: .....

Liu-ID:.....

## Del I

Vilken del i marknadsmixen brukar inte ses som en del av erbjudandet?

- Pris
- Plats
- Process
- Påverkan

Vad beskriver bäst produkten när en tröja köps i en klädbutik?

- En ren vara
- En ren tjänst
- En tjänst med visst varuinnehåll
- En vara med visst tjänsteinnehåll

I vilken del av produktlivscykeln är företags strategiska fokus främst att försvara marknadsandelar?

- Tillväxtstadiet
- Mognadsstadiet
- Nedgångsstadiet
- Introduktionsstadiet

Vilket av följande karaktäriserar en varulogik, till skillnad från en tjänstelogik

- Företag erbjuder input till kundens egna värdeskapande processer
- Varor hjälper till att möjliggöra värdeskapande processer
- Kunden är en passiv mottagare av varor
- Erbjudandet är ett löfte om framtida aktiviteter

Vad är en nackdel med att som företag använda sig av flera separata varumärken?

- Det gör det svårare att nå flera kundsegment
- Det ökar risken att kriser sprider sig inom företaget
- Det kräver mer sammarknadsföring (co-branding) mellan varumärkena
- Det kräver mer marknadsföring totalt sett för att etablera de olika varumärkena

Vad beskriver BRS-modellen?

- Olika steg som köpare genomgår innan de är redo för köp (Buyer Readiness Stages)
- Hur olika produkter kan kategoriseras i en produktportfölj (Boston Research Society)
- Hur ett företag kan analysera kunders efterköpsbeteenden (Beteende/reaktions-stimuli)
- Olika typer av kulturella faktorer i en omvärldsanalys (beslutsfattande, reaktioner, sammanhang)

En intensiv distributionsintensitet är främst lämplig...

- När företaget har ett stort kontrollbehov
- När kundernas engagemang i köpet är lågt
- När säljare behöver utbildning för att kunna sälja produkterna
- När kunder är villiga att gå till flera butiker för att hitta rätt produkt

Vad stämmer bäst in på värdebaserad prissättning?

- Det upplevs som enkelt och rättvist
- Det tar hänsyn till kundernas uppfattningar
- Det kräver god kännedom om konkurrenters kostnader
- Det används ofta i situationer där priser och marginaler är låga

I mikroovärldsanalys (och femkraftsanalys) är förståelse för möjliga substitut en viktig del.

Vad är ett substitut i detta fall?

- Alternativa nya leverantörer
- Alternativa nya kundgrupper
- Banker och andra intressenter som företaget behöver nära relationer med
- Indirekta konkurrenter som erbjuder ett liknande kärnvärde som företaget

Vad är den viktigaste skillnaden mellan positionering och segmentering?

- Segmentering kartlägger egenskaper som är gemensamma för kunder, positionering fokuserar på skillnader mellan kunder
- Segmentering fokuserar på skillnader mellan kunder, positionering kartlägger egenskaper som är gemensamma för kunder
- Segmentering handlar om kunderna i relation till erbjudandet, positionering handlar om erbjudandet i relation till konkurrenterna
- Segmentering handlar om erbjudandet i relation till konkurrenterna, positionering handlar om kunderna i relation till erbjudandet

Köpbeteendet begränsad problemlösning uppstår vid

- Små uppfattade skillnader mellan varumärken och lågt engagemang i köpet
- Små uppfattade skillnader mellan varumärken och högt engagemang i köpet
- Stora uppfattade skillnader mellan varumärken och lågt engagemang i köpet
- Stora uppfattade skillnader mellan varumärken och högt engagemang i köpet

Ibland pratar man om tre dimensioner av hållbarhet. Vilken av följande brukar INTE räknas som en dimension av hållbarhet

- Social
- Juridisk
- Ekonomisk
- Miljömässig

**Del II**

Beskriv kommunikationsverktyget annonsering, samt dess för- och nackdelar. **[4p]**

Beskriv prisstrategin skumning. Beskriv också när strategin är lämplig att använda. **[2p]**

Tjänster har varierbarhet. Vad innebär det (vad varierar), och hur kan en tjänsteleverantör hantera varierbarheten? **[2p]**