Avdeling for allmenne fag

EKSAMEN

5203 MARKNADSFØRING

09.12.04

Tid:	4 timer (9 – 13)
Målform:	Bokmål/nynorsk
Sidetal:	3 inklusive forside
Hjelpemiddel:	Ingen
Merknader:	Pga. eksamensdatoen og det store antall kandidater vil ikke eksamensresultatet foreligge før 12.01.05. Alle delspørsmål teller likt. **HUSK ! Ta de forutsetninger du finner nødvendig.**
Vedlegg:	1. Annonse for Pro Tek GPS.

Eksamensresultata blir offentliggjort på lister med kandidatnummer, lagt i hyllene ved eksamensoppslagstavla, eller du kan gå inn på Arena høgskole – da trenger du heller ikke kandidatnummeret.

Oppgave. (Bokmål)

Casio Computer Co. Ltd., er blant de største foretaka i verden innen forbrukerelektronikk. Etter etableringa i 1957 har Casio utvikla kalkulatorer, tidsinstrument/klokker, musikkinstrument, LCD-TV, personsøkere og annet kommunikasjonsutstyr. Den overordna visjonen for foretaket er: "Kreativitet og verdiskaping".

Over tid er produktlivssyklusene blitt kortere og kortere. Kontinuerlig utvikling av nye produkt og bruk av strategisk markedsføringsplanlegging er helt nødvendig for at et foretak skal oppnå måla sine.

Et av de nyeste produkta til Casio er "Pro Trek", en satellittdatamottaker som en kan bære som et armbåndsur. Produktet blir markedsført som: "The World's first GPS Watch". Til Norge blir Pro Trek importert av en spesialgrossist. Fram til i dag har de i hovedsak markedsført og distribuert produktet videre gjennom detaljhandelen fram til sluttbrukerne.

Se vedlegget for en nærmrere omtale av produktet Pro Trek.

Ledelsen hos spesialgrossisten er opptatt av å øke salget av Pro Trek og ønsker en analyse av ulike aspekt ved markedsføringa av et slikt produkt. Du blir bedt om å greie ut en rekke ulike spørsmål.

a) Grei ut om de viktigste faktorene i mikro- og makrosystemet ("eksterne arbeidsbetingelsene") du mener grossisten må analysere.

b) Du skal særlig gå nærmere inn på hvilke behov produktet Pro Trek vil tilfredsstille hos eventuelle kjøpere. Ta utgangspunkt i Abraham Maslow sitt behovshierarki.

c) Grei ut om begrepet markedssegmentering. Du skal blant annet gi en oversikt over hvilke segmenteringskriterier en kan bruke og hvilke krav en må stille til markedssegmenta om de skal være effektive (hensiktsmessige).

d) Gjør greie for hvilke segment du mener er særskilt interessante når det gjelder dette produktet. Grunngi svaret og forklar nærmere om hvordan grossisten bør sikte seg inn på hele eller deler av markedet.

e) Ta utgangspunkt i et av de segmenta du valgte i punktet over og grei ut om hvordan forbrukerne i dette segmentet går gjennom en trinnvis kjøpsprosess. Du skal samtidig vurdere hvilke ulike kjøpsroller personer kan ha som deltar i en slik kjøpsprosess.

f) Når en skal fastlegge distribusjonsstrategien (kanalutforminga), er det flere beslutninger som må tas. Grei ut om de viktigste distribusjonsbeslutningene. Legg særskilt vekt på hvor mange mellomledd de bør ha mellom seg og sluttbrukerne og hvilke kriterier grossisten bør bruke når de skal velge mellom de ulike alternativene. Gi et begrunnet forslag til hvilke distribusjonsstrategi grossisten bør velge.

g) Noe en må vurdere i forbindelse med distribusjonsstrategien, er om en skal satse på "push"- eller "pull"-strategi. Det innebærer at en må tenke nøye gjennom hvordan en skal legge opp markedskommunikasjonen. Ta utgangspunkt i det segment og den distribusjonsstrategi du har valgt over og grei ut om hvordan du vil legge opp markedskommunikasjonen for Pro Trek. Grunngi svaret.

Ta de forutsetninger du finner nødvendig ! !

Oppgåve. (Nynorsk)

Casio Computer Co. Ltd., er blant dei største føretaka i verda innan forbrukarelektronikk. Etter etableringa i 1957 har Casio utvikla kalkulatorar, tidsinstrument/klokker, musikkinstrument, LCD-TV, personsøkarar og anna kommunikasjonsutstyr. Den overordna visjonen for føretaket er: "Kreativitet og verdiskaping".

Over tid er produktlivssyklusane blitt kortare og kortare. Kontinuerlig utvikling av nye produkt og bruk av strategisk marknadsføringsplanlegging er heilt naudsynt for at eit føretak skal oppnå måla sine.

Eit av dei nyaste produkta til Casio er "Pro Trek", ein satellittdatamottakar som ein kan bere som eit armbandsur. Produktet blir marknadsført som: "The World's first GPS Watch". Til Noreg blir Pro Trek importert av ein spesialgrossist. Fram til i dag har dei i hovudsak marknadsført og distribuert produktet vidare gjennom detaljhandelen fram til sluttbrukarane.

Sjå vedlegget for ei nærare omtale av produktet Pro Trek.

Leiinga hos spesialgrossisten er opptekne av å auke salet av Pro Trek og ønskjer ei analyse av ulike aspekt ved marknadsføringa av eit slikt produkt. Du blir beden om å greie ut ei rad ulike spørsmål.

a) Grei ut om dei viktigaste faktorane i mikro- og makrosystemet ("eksterne arbeidsbetingelsene") du meiner grossisten må analysere.

b) Du skal særleg gå nærare inn på kva behov produktet Pro Trek vil tilfredsstille hos eventuelle kjøparar. Ta utgangspunkt i Abraham Maslow sitt behovshierarki.

c) Grei ut om omgrepet marknadssegmentering. Du skal mellom anna gi eit oversyn over kva segmenteringskriterier ein kan bruke og kva krav ein må stille til marknadssegmenta om dei skal vere effektive(hensiktsmessige).

d) Gjør greie for kva segment du meiner er særskilt interessante når det gjeld dette produktet. Grunngi svaret og forklar nærare om korleis grossisten bør sikte seg inn på heile eller delar av marknaden.

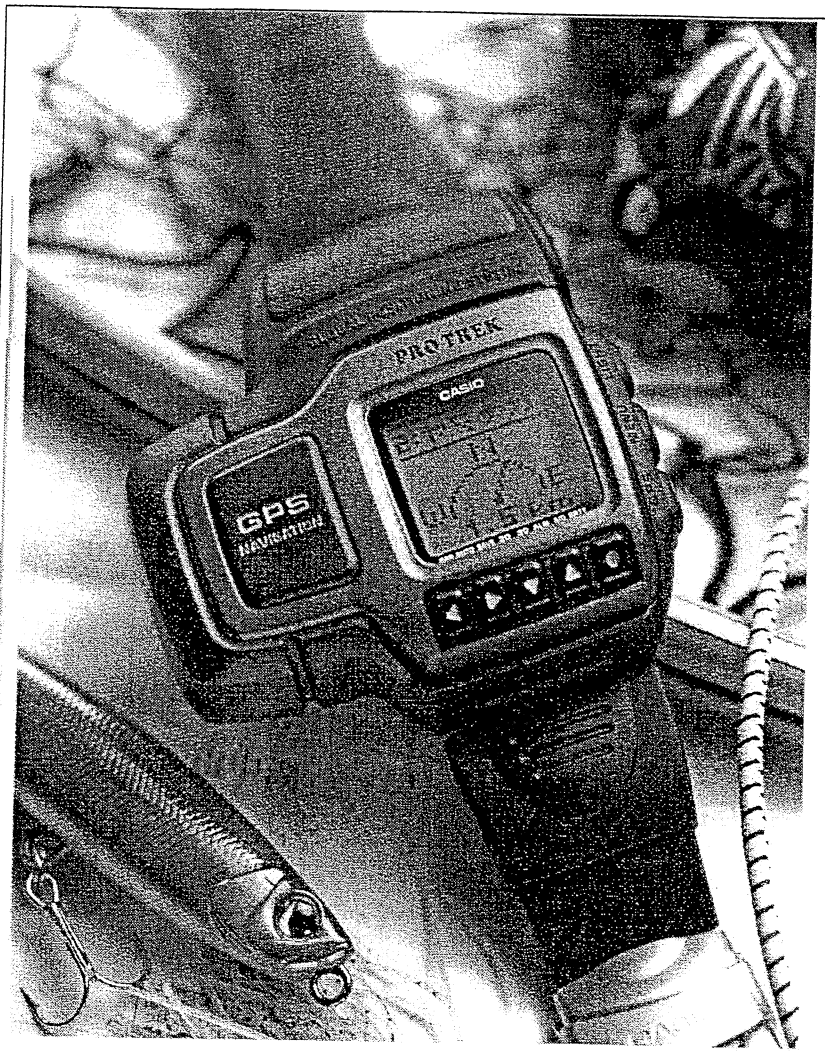
e) Ta utgangspunkt i eit av dei segmenta du valde i punktet over og grei ut om korleis forbrukarane i dette segmentet går gjennom ein trinnvis kjøpsprosess. Du skal samstundes vurdere kva ulike kjøpsroller personar kan ha som deltek i ein slik kjøpsprosess.

f) Når ein skal fastleggje distribusjonsstrategien (kanalutforminga), er det fleire avgjerder som må takast. Grei ut om dei viktigaste distribusjonsavgjerdene. Legg særskilt vekt på kor mange mellomledd dei bør ha mellom seg og sluttbrukarane og kva kriterier grossisten bør bruke når dei skal velje mellom dei ulike alternativa. Gi eit grunna framlegg til kva distribusjonsstrategi grossisten bør velje.

g) Noko ein må vurdere i samband med distribusjonsstrategien, er om ein skal satse på "push"- eller "pull"-strategi. Det inneber at ein må tenkje nøye gjennom korleis ein skal leggje opp marknadskommunikasjonen. Ta utgangspunkt i det segment og den distribusjonsstrategi du har valt over og grei ut om korleis du vil leggje opp marknadskommunikasjonen for Pro Trek. Grunngi svaret.

Ta dei føresetnader du finn naudsynt ! !

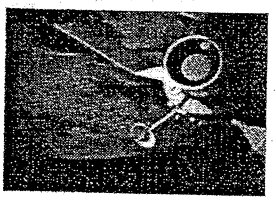
Vedlegg



PRO TREK

GPS

Forkortelsen GPS står for "Global Positioning System". Dette er basert på data fra et system av 27 satelitter utviklet av USA. Disse dataene kan benyttes til å lokalisere en hvilken som helst posisjon på kloden.



Satelittnavigasjon PÅ HÅNDLEDDET!

PRT-1GP-1T

pris: 4 500,-

Egenskaper:

- Illuminator baklys med etterglød
- Global Positioning System funksjon. Nåværende posisjon: breddegrad (grader, minutter, sekunder nord eller syd), lengdegrad (grader, minutter, sekunder øst eller vest), multipliser modus (enkel, rask eller kontinuerlig).
- Kjennemerke minne: opp til 200 stedsminner, hver med 14 tegns navn, lengde- og breddegrad. Løype minne: inntil 100 punkter, hver med måned, dag, tid (time, minutter), lengde- og breddegrad.
- Navigasjons funksjon: Kjennetegn navn, kjennetegn peker, kjennetegn retning, kjennetegn avsatands visning, retning og hastighet (med ett sekunds kontinuerlig lesning). Område plassering: by-liste, lengde og breddegrad og GMT tid.
- Daglig alarm
- Timesignal
- Low battery warning
- Auto kalender (til år 2039)
- 12/24 timer format
- Vanlig tidsvisning: Timer, minutter, sekunder, AM/PM, år, måned, dato dag, DST(sommertid) på/av.

SATELLITE NAVI

Dette er det nyeste av de mange PROTREK urene som har forskjellige sensorer som hjelper brukeren til å holde seg orientert i verden omkring seg. PROTREK SATELLITE NAVI har innebygget mottaker som henter inn signaler fra Global Positioning System (GPS) satellitter og viser deg hvor du befinner deg på displayet. Dette gjør PROTREK SATELLITE NAV til et must for mennesker som ferdes på sjøen eller i fjellet. Kombinasjonen av det avanserte GPS systemet og et armbåndsur's enkle funksjoner og hensiktsmessige

Alle priser er veiledende