

Eksamensopgave Markedsføringsøkonom

Eksamen juni 2021, 2. semester, Eksamination i Tema 4 og Tema 5

Dag 2 eksamen: Indeholder 4 sider inkl. forside, opgaver samt bilag 3 til økonomi

## Markedsføringsøkonom

1. eksterne case eksamen: Skriftlig tværfaglig reeksamen

Udlevering af case oplæg (dag 1): 7. juni 2021, kl. 08.30

**Skriftlig eksamen (dag 2): 8. juni 2021, kl. 08.30 – 14.30**

Opgavebeskrivelsen består af fire spørgsmål.

De fire spørgsmål vægtes som følgende i den samlede bedømmelse af afleveringen.

Spørgsmål 1: 45%

Spørgsmål 2: 15%

Spørgsmål 3: 30%

Spørgsmål 4: 10%

Totalt: 100%

---

### **Vigtig information**

*1. eksterne eksamen vurderes ud fra læringsmålene gældende for 2. semester.*

*Vær derfor opmærksom på at placere en evt. situationsanalyse, der omfatter læringsmål fra 1. semester i bilag. Det kan være en god forudsætning for at kunne præsentere en velbegrundet markedsføringsplan på taktisk og operativt niveau, hvor argumenterne for indholdet i markedsføringsplanen hentes fra situationsanalysen.*

*Indholdet fra situationsanalysen forventes inddraget i argumentationerne for løsningsforslag til opgaven (hvor der i dokumentationen henvises til bilaget)*

---

Case virksomheden må ikke kontaktes.

## 1. Markedsføring (45%)

Det fremgår af case materialet "Dag 1", at MAKE Nordic siden etablering i 2017 har haft vækst, herunder også gennem det Corona prægede 2020. Væksten forventes at fortsætte i 2021, men der bliver kamp om kunderne for der er kommet flere konkurrenter til på det danske møbelmarked.

MAKE Nordic har indtil nu haft fokus på målgruppen 36-45 årige, så nu er tiden ifølge CEO Line Olesen inde til at rette blikket mod en yngre målgruppe: 25-35 årige der sætter pris på bæredygtighed.

Så fra juli skal satses på denne nye målgruppe 25-35 år.

1.1 Med udgangspunkt i den nye målgruppe skal der udarbejdes et relevant og velargumenteret marketingmix for MAKE Nordic.

1.2 Udarbejd en handleplan for 2 måneder (juli og august) for dine parameterforslag.

## 2. Organisation og Supply Chain Management (15%)

2.1 Du bedes udarbejde detailkonceptet for MAKE Nordic med fokus på deres nye målgruppe. Konceptet skal omhandle en operationalisering af detailhandlerens strategi og beskrive de serviceoutput, som kunden skal opleve i kontakten med detailledet.

## 3. Økonomi (30%)

I MAKE Nordic har de nu udarbejdet et resultatbudget, hvor effekterne fra den udvidede målgruppe er indregnet. I samarbejde med banken ønsker de at få beregnet den samlede likviditetsmæssige effekt som den nye situation vil medføre.

Virksomheden har allerede udarbejdet et resultatbudget og en forventet balance for ultimo 2021, som kan ses nedenfor (er vedhæftet som bilag).

<b>Resultatbudget</b>	<b>Budget 2022</b>
Omsætning Danmark:	5.478.354
Omsætning eksport:	357.536
Omsætning i alt:	5.835.890
Direkte omkostninger i alt:	3.662.442
Dækningsbidrag	2.173.448
Lønninger i alt:	1.282.037
Salgs- og rejseomkostninger	318.193
Lokaleomkostninger	345.559
Administrationsomkostninger	158.875
Indtjeningsbidrag:	68.784
Afskrivninger	36.510
Resultat før renter:	32.274
Renteomkostninger	9.682

**Resultat før skat: 22.592**

---

**Balance (forventet ultimo 2021)**

<b>Aktiver:</b>		<b>Passiver:</b>	
Anlægsaktiver i alt:	182.549	Anpartskapital	650.000
		Periodens resultat efter skat	-189.301
Debitorer	615.899	Egenkapital i alt:	460.699
Varelager	1.498.801	Kassekredit (maks. 270.000)	259.388
Kassebeholdning	12.418	Kreditorer	808.218
Omsætningsaktiver i alt:	2.127.118	Moms og afgifter i alt	505.080
		Anden gæld i alt:	276.282
		Gæld i alt:	1.848.968
<b>Aktiver i alt:</b>	<b>2.309.667</b>	<b>Passiver i alt:</b>	<b>2.309.667</b>

Derudover forventer Make Nordic at følgende budgetforudsætninger gælder:

- Omsætningshastighed for varelageret er 4 gange
- Den gennemsnitlige kredittid for varedebitorer er på 30 dage
- Varekreditorernes omsætningshastighed er 6 gange
- De øgede rejseomkostninger kræver at virksomheden anskaffer sig en varevogn til 150.000 kr. Halvdelen af bilens værdi optages som et lån.
- Virksomheden skal anskaffe sig nyt inventar til kontorerne til en værdi af 30.000 kr.
- Virksomheden forventer at nedbringe den langfristede gæld med 65.000 kr.

3.1 Udarbejd et likviditetsbudget og vurder den likviditetsmæssige ændring i budgettet.

MAKE Nordic er ikke tilfredse med varekreditorernes omsætningshastighed, og vil fremover forsøge at opnå en kredittid på 90 dage.

3.2 Beregn den likviditetsmæssige effekt den nye kredittid til varekreditorerne vil få

3.3 Redegør for formålet med et likviditetsbudget.

Et af MAKE Nordics nyeste skud på produktstammen, er de nye UMI-design bænke i vild ask og hamp gjord, der er særligt bæredygtige materialer. Bænken kan fås i forskellige størrelser. MAKE Nordic forventer at bænken bæredygtige materialevalg særligt tiltaler den nye yngre målgruppe. Prisen på den store UMI-design bæk ligger på 2.990 kr., men grundet covid-19 krisen er der kommet en stor prisstigning på råvarerne, som bænken laves af. Virksomheden overvejer derfor at sætte prisen på bænken op til 3.490 kr.

Nedenfor ses sammenhængen mellem pris og afsætning ved de to forskellige priser.

Pris (DKK):	Afsætning (stk.)
2.990	150
3.490	105

3.4 Udregn priselasticiteten ved prisændringen og diskuter hvilken effekt en prisstigning vil have.

3.5 Forklar forskellige metoder hvorpå Make Nordic kan prisfastsætte deres UMI Design bæk, samt fordele og ulemper ved disse.

## 4. Diskussion af implementeringsplan (10%)

4.1 Diskuter de udfordringer MAKE Nordic står overfor, når de skal gennemføre dine forslag/anbefalinger herunder at satse på den nye målgruppe af 25-35 årige, der sætter pris på bæredygtighed.

Diskussionen kan eksempelvis indeholde flere af følgende betragtninger:

- Hvordan hænger dine svar i de foregående spørgsmål sammen?
- Hvilke konsekvenser har dine løsninger?
- Giver planen mening økonomisk?
- Overholder planen relevant lovgivning?
- Skal der flere medarbejder til?