

Eksamensopgave Markedsføringsøkonom
Eksamen juni 2022, 2. semester, Eksamination i Tema 4 og Tema 5
Dag 2 eksamen: Indeholder 3 sider inkl. Forside

Markedsføringsøkonom

1. eksterne case eksamen: Skriftlig tværfaglig reeksamen

Udlevering af case oplæg (dag 1): 7. juni 2022, kl. 08.30

Skriftlig eksamen (dag 2): 8. juni 2022, 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%)

Som det fremgår af case materialet "Dag 1", arbejder RackBuddy intensivt mod at få skabt en omsætning over 100 mio. DKK i 2023. En af strategierne for denne vækst, sker igennem produktudvikling og det nyeste skud på stammen er produktserien "The Cabinet Collection". Rackbuddy ønsker med denne produktserie at rette blikket mod en yngre målgruppe (25-40 år), som er bosat i de større byer og som værdsætter individualiseret indretning, holdbarhed, funktionalitet og et rå look

1.1 Med udgangspunkt i overstående målgruppe, skal der udarbejdes et relevant og velargumenteret marketingmix for Rackbuddy. Du bedes fokusere på parametrene produkt og pris. (20%)

1.2 Med udgangspunkt i målgruppen, ønskes der udarbejdet en kommunikationsplan for den nye produktserie. Du bør som minimum inkludere kommunikationsmål, budskab og valg af medier. (15%)

1.3 I forlængelse af marketingmixet og kommunikationsplanen skal du endvidere udarbejde en aktivitetsplan med oversigt over anbefalede aktiviteter og med tilhørende budget for marketingudgifter. Aktivitetsplanen opdeles som minimum i fire kvartaler. (10%)

2. Organisation og Supply Chain Management (15%)

2.1 Rackbuddy ønsker at udvide deres salg til fysiske butikker, og at rette blikket mod en yngre målgruppe (25-40 år). Der skal derfor udarbejdes et oplæg til serviceoutput, prisprofil og markedsføring, som skal have til formål at kunne tiltrække den yngre målgruppe.

3. Økonomi (30%)

Ved udviklingen af den nye kollektion, skal Rackbuddy finde en leverandør til jernkabinetterne. Valget er faldet på en serbisk producent. I forbindelse med prisforhandlingerne med den serbiske producent skal Rackbuddy have fastlagt den maksimale indkøbspris pr jernkabinet.

Der foreligger følgende oplysninger:

- Forventet salgspris inkl. moms: 1.250 kr.
- Moms: 25%
- Ønsket dækningsgrad: 45%
- Der skal ikke tages hensyn til fragtomkostninger
- Told: 95 kr.
- Rackbuddy har ingen mellemhandlere, de står altså selv for salget til slutbrugeren

3.1 Beregn via en retrograd kalkulation hvilken indkøbspris Rackbuddy kan betale producenten for et jernkabinet. (5%)

Prisen på "The Walk-in med indbygget jernkabinet" ligger på 3.875 kr. (inkl. moms). På grund af de stigende priser på jern og stål overvejer Rackbuddy at hæve prisen til 4.375 kr. (inkl. moms).

Ved hjælp af en markedsundersøgelse har man dog fundet ud af, at man vil kunne forvente at afsætningen falder, hvis man hæver prisen. Man forventer at pris og afsætning vil forholde sig som nedenfor.

Pris inkl. moms (DKK):	Afsætning (stk.)
8.125	0
6.875	100
5.625	200
4.375	300
3.125	400

Rackbuddy har estimeret, at de variable enhedsomkostninger (VE) til fremstilling er 900 kr. pr. Walk-in med jernkabinet. Beløbet antages at være konstant i forhold til hvor mange walk-in stativer, der fremstilles.

3.2 Beregn ved hjælp af den matematiske metode den optimale pris og afsætning. Illustrer løsningen grafisk. (10%)

3.3 Beregn dækningsbidraget i den optimale pris og afsætning. Hvor meget vil dækningsbidraget blive ændret i forhold til udgangspunktet på 300 stk. og pris på 4.375 kr. pr. stk. (inkl. moms)? (5%)

3.4 Udregn priselasticiteten ved den optimale pris og afsætning og diskuter hvad Rackbuddy kan bruge den udregning til. (5%)

3.5 Diskuter hvilken markedsform, der gør sig gældende for "The Walk-in med jernkabinet" og hvad det betyder for fastlæggelsen af markedsprisen. (5%)

4. Diskussion af implementeringsplan (10%)

4.1 Diskuter de udfordringer Rackbuddy står overfor, når de skal gennemføre dine forslag/anbefalinger.

Diskussionen kan 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 medarbejdere til?