

Eksamensopgave Markedsføringsøkonom

Dag 2 casebeskrivelse: Indeholder 3 sider inkl. forside

Reeksamen august 2020, 2. semester, Eksamination i Tema 4 og Tema 5

Markedsføringsøkonom

1.eksterne caseeksamen: Skriftlig tværfaglig reeksamen

Udlevering af case oplæg (dag 1): 5. august 2020, kl. 08.30

Skriftlig eksamen (dag 2): 6. august 2020, 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.



Figur 1: Billede fra en Skechers superstore

1. Markedsføring (45%)

Som det fremgår af case materialet dag 1 ønsker virksomheden vækst som et af de førende mærker inden for sneakers i Danmark. Et af de nye forretningsområder er etableringen af butikker, herunder den første europæiske flagskibsbutik, Skechers Superstore i Esbjerg, hvor der sælges outlet varer, sports- og profil tøj. Virksomheden sælger produkter til alle aldre, men vil især gerne øge salget til målgruppen de 25-35 årige.

Som en del af væksten ønsker virksomheden at komme godt fra start med sin nye Superstore i Danmark.

1.1 Med udgangspunkt i den ovennævnte målgruppe og produktkategorien sneakers til B2C markedet, ønskes der udarbejdet et relevant og velargumenteret marketingmix for Skechers.

1.2 I forlængelse af marketingmixet skal du endvidere udarbejde en aktivitetsplan med oversigt over anbefalede aktiviteter herunder budget for marketingudgifter. Aktivitetsplanen opdeles som minimum i 4 kvartaler og skal indeholde både online og offline aktiviteter.

2. Organisation og Supply Chain Management (15%)

2.1 Du bedes udarbejde et oplæg til konceptstyring, hvori du gør det klart hvordan Skechers bør udvikle, styre og optimere detailkonceptet.

3. Økonomi (30%)

I Skechers har man også arbejdet på en markedsføringskampagne målrettet deres udvalg af sko til børn. Skechers ønsker i den forbindelse at få udarbejdet et resultatbudget for 2020 over de estimerede effekter af den planlagte markedsføringskampagne.

En markedsundersøgelse er blevet gennemført i 2019, og på baggrund af den samt virksomhedens egne estimater til omkostninger, er følgende forudsætninger blevet opstillet:

- Omsætning stiger med 15 %
- Dækningsgraden stiger med 2 %
- Markedsføringskampagnen budgetteres med 2.000.000 kr.
- Personaleomkostninger stiger med 5 %
- Afskrivninger, finansielle omkostninger og skatteprocent er uændrede

Sports Connection ApS resultatopgørelse 2019

(i 1.000 kr.)	2019
Omsætning	112.800
Vareforbrug	50.760
Bruttofortjeneste	62.040
Personaleomkostninger	21.369
Afskrivninger	979
Kapacitetsomkostninger	0
Primært resultat	39.692
Finansielle omkostninger	1.755
Resultat før skat	37.937
Skat af årets resultat	8.746
Årets resultat	29.191

3.1 Udarbejd et resultatbudget for 2020

En medarbejder i marketingafdelingen påpeger, at markedsundersøgelsen er lavet før corona-krisen brød ud. Hun mener derfor at det er nødvendigt for Skechers at justere forventningerne til omsætningen. Samtidig påpeger hun at krisen har presset produktionsomkostningerne op. Det forventes derfor, at følgende ændringer til de oprindelige forudsætninger gælder:

- Omsætning stiger med 8 %
- Vareforbruget stiger med 5 %

Alle andre estimater holdes konstant ift. det oprindelige budget fra opgave 1.1.

De nye estimater bekymrer marketingchefen, idet dækningsgraden kan blive ramt.

3.2 Udarbejd et resultatbudget for 2020 med de reviderede estimater, og beregn den nye dækningsgrad. Diskutér hvilken betydning den har for virksomheden, og hvordan de kan påvirke den positivt.

For at minimere effekten af stigningen i vareforbruget, overvejer Skechers at investere i nye produktionsmaskiner, for at minimere spild.

3.3 Diskuter hvordan en investering i nyt produktionsanlæg vil påvirke likviditeten, og hvordan de generelt kan søge at forbedre likviditeten (ingen beregninger).

Skechers køber årligt for 10.000.000 kr. hos en af deres store varekreditorer. Alt køb sker på kredit. Pga. Corona har Skechers bedt om forlængelse af kredittiden fra 30 dage, til løbende måned + 30 dage.

3.4 Beregn den likviditetsmæssige effekt af denne ændring (det forudsættes at lagerbeholdningen holdes konstant), og kommenter på resultatet.

Pga. corona-krisen diskuterer nogle af medarbejderne i Skechers nu om budgetter overhovedet er relevante at bruge tid på. "Vi kunne jo ikke forudsige corona-pandemien, og nu holder ingen budgetter alligevel, så hvorfor overhovedet lave budgetter?".

3.5 Diskutér fordele og ulemper ved at udarbejde budgetter, og hvordan de kan bruges som et ledelsesværktøj.

4. Diskussion af implementeringsplan (10%)

4.1 Diskuter de udfordringer Skechers står overfor, når de skal gennemføre dine forslag/anbefalinger herunder etablering af den første Skechers superstore i Europa i et lille land som Danmark?

Diskussionen kan eksempelvis indeholde flere af følgende betragtninger:

- Hvordan hænger dine svar i de foregående spørgsmål sammen?
- Hvilke konsekvenser har dine tidligere løsninger?
- Giver planen mening økonomisk?
- Overholder planen relevant lovgivning?



Figure 2 Picture from [www.https://www.skechers.com/en-us/](https://www.skechers.com/en-us/)