

Eksamensopgave Markedsføringsøkonom

Dag 2 eksamensopgave: Indeholder 3 sider inkl. forside

Sommer eksamen 2020, 2. semester, Eksamination i Tema 4 og Tema 5

## Markedsføringsøkonom

1. eksterne case eksamen: Skriftlig tværfaglig eksamen

Udlevering af case oplæg (dag 1): 8. juni 2020, kl. 08.30

**Skriftlig eksamen (dag 2): 9. juni 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 velbegrunderet markedsføringsplan på taktisk og operativt niveau, hvor argumenterne for indholdet i markedsføringsplanen hentes fra situationsanalysen.*

*Situationsanalysen skal placeres i bilag, da dette ikke udgør vurderingsgrundlaget, men 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 i rapporten fra Euromonitor, at Nilfisk har tabt markedsandele i perioden 2018-2019 fra 11,1% i 2018 til 9,8% i 2019. Så nu ligger Nilfisk på femtepladsen i markedet for støvsugere efter i en årrække at have været nummer tre.

Målet for Nilfisk er derfor at vækste inden for markedet for støvsugere på B2C i Danmark og vinde tabte markedsandele tilbage.

Målgruppen er de 35 til 50-årige, som sætter pris på god kvalitet og holdbarhed.

1.1 Med udgangspunkt i den nævnte målgruppe og produktkategorien støvsugere til B2C markedet, ønskes der udarbejdet et relevant og velargumenteret marketingmix der inkluderer følgende parametre: Produkt, pris og plads/distribution for Nilfisk.

1.2 Med udgangspunkt i den nævnte målgruppe og produktkategorien støvsugere til B2C markedet, ønskes der udarbejdet en kommunikationsplan, der som minimum indeholder overvejelser om kommunikative mål, et konkret budskab (appelformer) og valg af medier.

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.

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

2.1 I forlængelse af dine overvejelser omkring distribution i marketingmixet (opg. 1.1) bedes du uddybe hvilke kanalopgaver du forventer, at de konkrete kanalmedlemmer skal varetage.

### 3. Økonomi (30%)

Nilfisk påtænker at introducere en helt ny form for støvsugerpose. Den nye støvsugerpose er lavet af miljøvenlige, genanvendelige materialer, den er lavet så den forlænger støvsugerens levetid og ikke mindst øger den støvsugerens sugeevne – og dermed vil den også være speciel velegnet for støvallergikere. Endelig betyder den nye pose også, at støvsugeren vil larme mindre. Dog kan posen på nuværende tidspunkt ikke rumme så meget, som de nuværende poser kan.

Nilfisk har nogle strategiske overvejelser mht. den nye pose. Såfremt den nye teknologi kan beskyttes, overvejer man kun at gøre den nye pose tilgængelig for nyere Nilfisk modeller.

Nilfisk har lavet en markedsresearch og er kommet frem til følgende estimater omkring sammenhængen mellem salgspris pr. stk., afsætning pr. år og variable enhedsomkostninger:

Salgspris, ekskl. moms (DKK)	Afsætning pr. år (STK.)	Variable enhedsomkostninger (DKK)
20	10.000	5,80
18	20.000	5,50
16	30.000	4,70
14	40.000	4,10
12	50.000	4,20
10	60.000	4,50
8	70.000	4,90

3.1. Diskuter hvilken markedsform, der gør sig gældende for den nye støvsugerpose.

3.2 Ved at bruge totalmetoden og den givne tabel skal du beregne, hvad der er den optimale afsætning og pris, og hvad dækningsbidraget bliver i optimum.

3.3 På baggrund af de givne oplysninger, giv da en begrundet vurdering af om den fundne løsning i spørgsmål 3.2 er en kortsigts- eller en langsigtetsbetragtning.

3.4 Det viser sig nu, at Nilfisk har været i stand til at forhandle sig frem til variable enhedsomkostninger lig med DKK 3,50, uanset afsætningens størrelse. Ved hjælp af de matematiske udtryk for GROMS og GROMK, skal du beregne, hvad der nu er den optimale afsætning og pris, og det nye dækningsbidrag. Lav derudover en grafisk illustration af den fundne løsning.

3.5 Diskuter betydningen for priselasticitet og krydspriselasticitet for Nilfisk støvsugere, såfremt de nye poser kun kan bruges på Nilfisk' egne støvsugermodeller.

### 4. Diskussion af implementeringsplan (10%)

4.1 Diskuter de udfordringer Nilfisk står overfor, når de skal gennemføre dine forslag/anbefalinger? (Diskussionen kan eksempelvis indeholde flere af følgende betragtninger: Hvordan hænger dine svar i de foregående spørgsmål sammen? Hvilke konsekvenser indebærer de? Giver planen mening økonomisk? Er planen lovlig?)