



Høgskolen i Telemark

**KONTEEKSAMEN (New York og Santa Barbara)**

**5203 000**  
**Markedsføring**

**05.10.2008**

Tid:	4 timer
Målform:	Bokmål/nynorsk
Sidetal:	3 (inkludert denne)
Hjelpemiddel:	Ingen
Merknader:	Ingen
Vedlegg:	Ingen

Du må kontakte eksamenskontoret på tlf. 35 95 25 68 eller sende en epost til [hilde.kvalen@hit.no](mailto:hilde.kvalen@hit.no) for å få vite eksamensresultatet ditt.



Oppgåve. (Nynorsk)

I snart 20 år har firmaet Max Nielsen & Co. vært importør av Pennex-pennane i Noreg. Pennex produserer mange slag pennar:

1. Pennar for tørrblekk (vanlege kulepennar, men ikkje lågprisvariantar)
2. Såkalla rollerpennar som liknar på kulepennar, men brukar tusj i staden for tørrblekk.
3. Tusjpennar av ulike slag (som t.d. overheadpennar og overstrykings-/markeringspennar)
4. Finare fyllepennar for vanleg blekk (med eller utan patronar).

Gjennom dei 20 åra har dei bygd opp ein kvalitetsprofil for Pennex, som er eit av dei tre mest kjende merka for pennar/tusjar i Noreg. På den bakgrunn har Nielsen & Co. lagt prisnivået for Pennex-pennane noko høgare enn konkurrentane. Men det er andre i same klasse også, mellom anna den kjende amerikanske produsenten, Parker.

Etter ein relativt rask vekst dei fem, seks første åra etter introduksjonen i Noreg, ser det no ut til at salet har stagnert. Direktøren i firmaet tek kontakt med deg for å høyre om moglege årsaker til denne utviklinga, og for å finne ut kva ein kan gjøre for å auke salet att.

- a) Lag ei grafisk framstilling som syner det typiske livsløp for eit produkt og kommenter dei ulike fasane/stadia i livsløpet. Du kan bruke produkta til Pennex som døme, eller finne andre.

Etter ei vurdering av Pennex-pennane i høve til den typiske livssyklusen for eit produkt, kjem du fram til at det burde vere mogleg å auke salet, men at det er naudsynt med nytenking på ulike område. Noko som kan vere aktuelt er t.d. ei marknadsundersøking, men før du tek avgjerd om korleis du vil leggje opp den, må du vurdere kva segment i marknaden du skal konsentrere deg om. I samband med det skal du greie ut følgjande:

- b) Forklar kva segmentering går ut på, kvifor det er aktuelt å segmentere ein marknad, kva kriterier det er vanleg å bruke ved segmentering og kva krav vi må stille til eit segment for å kunne satse spesielt på det.
- c) Kom med grunngitte framlegg til kva segment du meiner Max Nielsen & Co. bør undersøke nærare.
- d) Grei ut om korleis du ville leggje opp marknadskommunikasjonen for dei ulike Pennex-produkta overfor dei segmenta du gjør framlegg om i spørsmål c.



### Oppgave. (Bokmål)

I snart 20 år har firmaet Max Nielsen & Co. vært importør av Pennex-pennene i Norge. Pennex produserer mange slags penner:

1. Penner for tørrblekk (vanlige kulepenner, men ikke lavprisvarianter)
2. Såkalte rollerpenner som likner på kulepenner, men bruker tusj i stedet for tørrblekk.
3. Tusjpenner av ulike slag (som for eksempel overheadpenner og overstrykings-/markeringspenner)
4. Finere fyllepenner for vanlig blekk (med eller uten patroner).

Gjennom de 20 åra har de bygd opp en kvalitetsprofil for Pennex, som er et av de tre mest kjente merka for penner/tusjer i Norge. På den bakgrunn har Nielsen & Co. lagt prisnivået for Pennex-pennene noe høyere enn konkurrentene. Men det er andre i samme klasse også, blant annet den kjente amerikanske produsenten, Parker.

Etter en relativt rask vekst de fem, seks første åra etter introduksjonen i Norge, ser det nå ut til at salget har stagnert. Direktøren i firmaet tar kontakt med deg for å høre om mulige årsaker til denne utviklinga, og for å finne ut hva en kan gjøre for å øke salget igjen.

- a) Lag en grafisk framstilling som viser det typiske livsløp for et produkt og kommenter de ulike fasene/stadiene i livsløpet. Du kan bruke produkta til Pennex som eksempler, eller finne andre.

Etter en vurdering av Pennex-pennene i forhold til den typiske livssyklus for et produkt, kommer du fram til at det burde være mulig å øke salget, men at det er nødvendig med nytenking på ulike områder. Noe som kan være aktuelt er for eksempel en markedsundersøkelse, men før du tar beslutning om hvordan du vil legge opp den, må du vurdere hvilke segment i markedet du skal konsentrere deg om. I samband med det skal du greie ut følgende:

- b) Forklar hva segmentering går ut på, hvorfor det er aktuelt å segmentere et marked, hvilke kriterier det er vanlig å bruke ved segmentering og hvilke krav vi må stille til et segment for å kunne satse spesielt på det.
- c) Kom med grunngitte forslag til hvilke segment du mener Max Nielsen & Co. bør undersøke nære.
- d) Grei ut om hvordan du ville legge opp markedskommunikasjonen for de ulike Pennex-produktene overfor de segmentene du foreslår i spørsmål c.