



Høgskolen i Telemark

EKSAMEN

6048/5204 Markedskommunikasjon 30.11.2010

Tid: 9-13

Målform: Bokmål/nynorsk

Sidetal: 5 (inkl. framsida)

Hjelpemiddel: Ingen

Merknader: Studentar som er melde opp i 6048 (7,5 stp) skal svare på alle 4 oppgåver. Dei som er melde opp i 5204 (5 stp) svarer på 3 av dei fire oppgåvene. Alle oppgåver tel likt.

Vedlegg:

Eksamensresultata blir offentliggjort via Studentweb.



Avdeling for allmennvitenskaplege fag.



BOKMÅL

Varden er et mediehus i sterk utvikling. Hovedproduktet er den daglige papiravisen. Vardens papiravis er ledende i Telemark og har ca 25.000 abonnenter. Daglig er det ca 70.000 lesere av Varden. Opplaget til Varden og stort sett alle andre norske papiraviser har stagnert og viser tegn til fall.

Den største konkurrenten er TA som har i overkant av 20.000 abonnenter. Det er meget sterk konkurranse mellom de to avisene. Begge definerer seg som fylkesaviser.

Norske aviser har gjennom de siste tiårene vært igjennom en kraftig utvikling. Fra å være et rent avishus har man nå omdefinert virksomheten til å bli mediehus. Det vil si at nyheter skal publiseres på flere plattformer, ikke bare papir.

De siste årene har Varden satset betydelig på publisering av nyheter på nett gjennom www.varden.no. Antall brukere av nettet vokser kraftig. Utfordringen på nett er at innholdet er gratis, og at yngre lesergrupper foretrekker nett fremfor den betalte papiravisen.

Økonomisk er det fortsatt papiravisen som gir den største omsetningen og resultateffekten. Varden vil derfor satse på å utvikle og holde posisjonen til papiravisen så lenge som mulig. Dette skal blant annet gjøres gjennom sterkere fokusering på lokalt og relevant stoff.

Det nyeste produktet som Varden og andre aviser jobber med nå er å lansere digitale aviser på Ipad og andre typer lesebrett. Lesebrett og da med Ipad i spissen er på full fart inn i Norge og det forventes en stor vekst. På de nye lesebrettene vil man satse på å lage et attraktivt digitalt produkt og ta betalt for innhold. Den visuelle presentasjonen på Ipad blir helt annerledes enn på papir og web. Her vil man i stor grad ta i bruk virkemidler som grafikk og video i presentasjonsteknikken.

-Våre medier har en sterk posisjon lokalt og kanskje sterkere enn noen gang. Verdien av våre lokale medieposisjoner mener vi gir et veldig godt utgangspunkt for å kunne ta betalt for vårt innhold i fremtiden. Den nærheten og relevansen våre produkter har i forhold til brukerne og leserne gir oss et fantastisk utgangspunkt i forhold til å utvikle dette området, uttaler ledelsen i mediehuset.

Studenter som har 5 studiepoeng skal besvare 3 oppgaver. Studenter med 7,5 studiepoeng skal besvare alle 4 oppgavene.

Alle oppgaver teller likt

Oppgave 1

Denne oppgaven handler om markedssegmentering. Ta utgangspunkt i Vardens lansering av digital avis på Ipad og andre lesebrett når du løser denne oppgaven.

1. Redegjør for hvilke inndelingskriterier som kan benyttes ved segmentering av forbrukermarkedet.



2. Lag et forslag til segmentering og målgruppebeskrivelse for digital avis på de nye lesebrettene.

Oppgave 2

Posisjonering er et sentralt begrep i markedsføringen og når man tenker oppbygging av et budskap. Redegjør for dette begrepet og hvordan man kan jobbe med posisjonering og differensiering av et produkt.

Lag et forslag til hvordan digital avis på lesebrett kan posisjoneres og hva slags budskap som kan kommuniseres.

Oppgave 3

Riktig valg av medier er viktig for å nå frem til målgruppen.

Gi et begrunnet forslag til hvilke medier Varden kan bruke for å nå frem til den målgruppen du beskrev i oppgave 1.

Oppgave 4

For alle selskap er det viktig å ha en sunn portefølje av produkt. BCG har utarbeidet en porteføljematrise som gjør at man kan analysere og vurdere sammensetting av produktporteføljen. Grei ut om denne modellen.

Plasser også mediehusets produkter inn i modellen.



NYNORSK.

Varden er eit mediehus i sterk utvikling. Hovudproduktet er den daglege papiravisa. Papiravisa til Varden er ledande i Telemark og har ca 25.000 abonnentar. Dagleg er det ca 70.000 lesarar av Varden. Opplaget til Varden og stort sett alle andre norske papiraviser har stagnert og viser teikn til fall.

Den største konkurrenten er TA som har i overkant av 20.000 abonnentar. Det er svært sterk konkurranse mellom dei to avisene. Begge definerer seg som fylkesaviser.

Norske aviser har gjennom dei siste tiåra vært igjennom ei kraftig utvikling. Frå å være eit reint avishus har ein no omdefinert verksemda til å bli mediehus. Det vil seie at nyheiter skal bli publisert på fleire plattformer, ikkje berre papir.

Dei siste åra har Varden satsa mykje på publisering av nyheiter på nett gjennom www.varden.no. Talet på brukarar av nettet veks kraftig. Utfordringa på nett er at innhaldet er gratis, og at yngre lesargrupper føretrekker nett framfor den betalte papiravisa.

Økonomisk er det framleis papiravisa som gir den største omsetninga og resultateffekten. Varden vil derfor satse på å utvikle og halde posisjonen til papiravisa så lenge som mogleg. Dette skal ein blant anna gjøre gjennom sterkare fokusering på lokalt og relevant stoff.

Det nyaste produktet som Varden og andre aviser jobbar med nå, er å lansere digitale aviser på Ipad og andre typar lesebrett. Her vil ein satse på å gjøre produktet attraktivt og ta betalt for innhald.

- ”Våre medier har en sterk posisjon lokalt og kanskje sterkere enn noen gang. Verdien av våre lokale medieposisjoner mener vi gir et veldig godt utgangspunkt for å kunne ta betalt for vårt innhold i fremtiden. Den nærheten og relevansen våre produkter har i forhold til brukerne og leserne gir oss et fantastisk utgangspunkt i forhold til å utvikle dette området”, uttaler leiinga i mediehuset.

Studentar som har 5 studiepoeng skal svare på 3 oppgåver. Studentar med 7,5 studiepoeng skal svare på alle 4 oppgåvene.

Alle oppgåver tel likt.

Oppgåve 1

Oppgåva handlar om marknadssegmentering. Ta utgangspunkt i Vardens lansering av digital avis på Ipad og andre lesebrett når du løser denne oppgåva.

:



1. Gjør greie for kva inndelingskriterier ein kan nytte ved segmentering av forbrukarmarknaden.
2. Lag eit framlegg til segmentering og målgruppeomtale for digital avis på dei nye lesebretta.

Oppgåve 2

Posisjonering er eit sentralt omgrep i marknadsføringa og når ein tenkjer oppbygging av ein bodskap. Gjør greie for dette omgrepet og korleis ein kan jobbe med posisjonering og differensiering av eit produkt.

Lag eit framlegg til korleis digital avis på lesebrett kan posisjonierast og kva slags bodskap ein skal komunnisere .

Oppgåve 3

Riktig val av medier er viktig for å nå fram til målgruppa.

Gi eit grunngitt framlegg til kva medier Varden kan bruke for å nå fram til den målgruppa du skreiv om i oppgåve 1.

Oppgave 4

For alle selskap er det viktig å ha ei sunn portefølje av produkt. BCG har utarbeida ei porteføljematrikse som gjør at ein kan analysere og vurdere samansetjing av produktporteføljen. Grei ut om denne modellen.

Plasser også mediehuset sine produkt inn i modellen.