



**Høgskolen i Telemark**

Fakultet for allmennvitenskapelige fag

**EKSAMEN**

**6002  
Marknadsføring**

**01.06.2012**

Tid: 4 timar

Målform: Bokmål/nynorsk

Sidetal: 3 (inkl. framsida)

Hjelpemiddel: Ingen.

Merknader: Alle deloppgåvene tel likt. Hugs å disponere tida i tråd med vektlegginga.

**TA DEI FØRESETNADENE DU FINN NAUDSYNT!!!**

Vedlegg: Ingen

**Eksamensresultata blir offentliggjort på Studentweb.**

## Oppgåve.

Hr. K.L. Sporty driv eit større engrosfirma innan sports-/fritidssektoren. Produktspekteret er svært breitt, og sportsbutikkar kan få dekt store delar av det dei treng av varer gjennom K.L. Sporty. Men konkurransen med dei stor kjedene Intersport og G-sport er stor, og Sporty er inne på tanken om å spesialisere seg meir i ein eller annan retning.

I søkinga etter moglege nisjar dreg Sporty rundt på messer i heile verda. På ei messe i Tyskland kom han i kontakt med ein produsent av ein ny og spesiell variant av ein racersykkel som med eit handgrep kunne gjerast om til ein trimsykkel for bruk innomhus. Han har fått tilbod om å vere eineforhandlar av denne sykkelen for heile Noreg. Med den store interessa som er skapt for sykkelsporten gjennom norske suksessar i Tour de France og Giro d'Italia, har han god tru på eit slikt produkt. Før produktet eventuelt blir lansert i Noreg, ønskjer han å nytte konsulenthjelp for vurdering av ulike marknadsføringstiltak. I samband med det søker han hjelp av deg til å greie ut følgjande:

1. Grei ut om omgrepet segmentering, dei krav ein må stille til segment og dei ulike segmenteringskriteria.. Kom med framlegg til korleis Sporty bør segmentere marknaden for dette produktet med utgangspunkt i dei fem produktnivå (særleg ut frå kva du meiner er "kjerneproduktet")
2. Grei ut om kjøpsprosessen på ein forbrukarmarknad generelt. Bruk dette til å vurdere kjøpsprosessen for segment du har gjort framlegg om i punkt 1 i samband med dette produktet.
3. Med utgangspunkt i kjøpsprosessen skal du kome med framlegg til val av distribusjonskanal for denne kombisykkelen. Grunngi framlegget.
4. På bakgrunn av vurderingane dine av målgruppe, kjøpsprosess og distribusjonskanal skal du grei ut om korleis dei bør leggje opp marknadskommunikasjonen for dette produktet.

TA DEI FØRESETNADER DU FINN NAUDSYNT !

## Oppgave.

Hr. K.L. Sporty driver et større engrosfirma innen sports-/fritidssektoren. Produktspekteret er svært breitt, og sportsbutikker kan få dekt store deler av det de trenger av varer gjennom K.L. Sporty. Men konkurransen med de store kjedene Intersport og G-sport er stor, og Sporty er inne på tanken om å spesialisere seg mer i en eller annen retning.

I søkinga etter mulige nisjer drar Sporty rundt på messer i hele verden. På ei messe i Tyskland kom han i kontakt med en produsent av en ny og spesiell variant av en racersykkel som med et handgrep kunne gjøres om til en trimsykkel for bruk innendørs. Han har fått tilbud om å være eneforhandler av denne sykkelen for hele Norge. Med den store interessen som er skapt for sykkelsporten gjennom norske suksesser i Tour de France og Giro d'Italia, har han god tru på et slikt produkt. Før produktet eventuelt blir lansert i Norge, ønsker han å bruke konsulenthjelp for vurdering av ulike markedsføringstiltak. I den forbindelse søker han hjelp av deg til å greie ut følgende:

1. Grei ut om begrepet segmentering, de krav en må stille til segment og de ulike segmenteringskriteria.. Kom med forslag til hvordan Sporty bør segmentere markedet for dette produktet med utgangspunkt i de fem produktnivåene (særlig ut fra hva du mener er "kjerneproduktet")
2. Grei ut om kjøpsprosessen på et forbrukermarked generelt. Bruk dette til å vurdere kjøpsprosessen for segment du har foreslått i punkt 1 i forbindelse med dette produktet.
3. Med utgangspunkt i kjøpsprosessen skal du komme med forslag til valg av distribusjonskanal for denne kombisykkelen. Grunngi forslaget.
4. På bakgrunn av vurderingene dine av målgruppe, kjøpsprosess og distribusjonskanal skal du grei ut om hvordan de bør legge opp markedskommunikasjonen for dette produktet.

TA DE FORUTSETNINGER DU FINNER NØDVENDIG !