

EXAMEN MARKETING 2016

- 1) Break even prijs berekenen: gegeven - vaste kosten 25000
verkoopprijs: 30
variabele kosten: 20

Antwoord a: 2500

- 2) stelling 1: direct marketing is goedkoper dan persoonlijke verkoop = juist
stelling 2: direct marketing is goed voor brand awareness te vergroten (?)

antwoord: a) stelling 1 is juist
b) stelling 2 is juist
c) stelling 1 en 2 zijn juist
d) stelling 1 en 2 zijn onjuist

- 3) stelling 1: selectieve distributie is duurder dan intensieve distributie
stelling 2: bij selectieve distributie heb je meer grip op het proces

antwoord: a) stelling 1 is juist
b) stelling 2 is juist
c) stelling 1 en 2 zijn juist
d) stelling 1 en 2 zijn onjuist

- 4) door wat wordt de onderprijs bepaald

a. productiekosten
b.
c. waardeperceptie van de consument
d. marketingdoelstellingen

- 5) je wilt weten hoeveel mensen je advertentie in het tijdschrift hebben gezien. Maar je weet ook dat de mensen door het tijdschrift bladeren en het niet deftig lezen. Mensen kunnen zich niet goed herinneren wat ze wel en niet gezien hebben. Hoe kan je weten hoeveel mensen het hebben gezien

a. diepte interview -> dit is volgens mij het juiste antwoord
b. experimenteel -> ik dacht dit? ik ook, ik ook, hoe ga je dat dan experimenteel doen? Wat ga je dan aanpassen of zo als onderzoeksvraag?
c. observatie -> je kan toch bestuderen door te observeren hoe lang een persoon naar die bepaalde reclame kijkt?
d. gestructureerde vragenlijst in het tijdschrift

- 6) welke van onderstaande is een waar voor je geld-prijszetting?

a. Kosten geo
b. vraag georiënteerd
c. concurrentie georiënteerd
d. break-evenprijszetting

- 7) Stel dat je als bedrijf dat verf verkoopt internationaal wilt gaan en gebruikt maakt van het distributienetwerk van een bedrijf dat internationaal verf borstels verkoopt juiste: piggybacking

8) Transnationaal?

- a. hoge druk qua kosten en lage druk qua lokaal
- b. hoge druk qua kosten en hoge druk qua lokaal
- c. lage druk qua kosten en lage druk qua lokaal
- d. lage druk qua kosten en hoge druk qua lokaal

9) vraag over gastcollege van Fanta

stelling 1: promotional sales zijn goed voor een langdurige merkwaarde te creëren

stelling 2: een merk zit in het hart van de koper, een product in het hoofd

- a. stelling 1 is juist
- b. stelling 2 is juist (letterlijk in die slides: brands belong to the heart, products talk to the reason)
- c. stelling 1 en 2 zijn juist
- d. geen van beide is juist ? (Ik herinnert mij precies wel van die les dat stelling 2 juist is)

10) over service innovation

Het juiste was hier toch process innovation is een proactieve strategie -> Klopt!

11) zeggen welke kloof ontbrak bij de gap-analyse: de verwachte dienst kwam niet overeen met de ervaren dienst

13) Stelling 1 : een product dat zich in de saturatiefase van de levenscyclus bevindt, laten stoppen

stelling 2: in een question mark kan je best niet investeren (?)

- a. stelling 1 is juist cash cow zit in saturatiefase, want amper nog marktgroei, weliswaar moet je het blijven behouden zolang je er winst uit kan halen
- b. stelling 2 is juist
- c. stelling 1 en 2 zijn juist
- d. geen van beide is juist

14) Het aantal klanten dat klant blijft is de:

- a. churn rate
- b. retention rate
- c. attrition rate
- d. ?

15) Als bedrijf heb je op dit moment verschillende folders. Het bedrijf maakte vroeger altijd zelf folders. Je wil veranderen naar één brochure waar alle producten instaan en zal dit uitbesteden aan een aparte onderneming. Welk soort aankoop is dit?

- a. gedeeltelijk probleem oplossende aankoop
- b. routineaankoop
- c. new task
- d. modified rebuy,

16) Wat zijn de kenmerken van een dienst? tastbaar, scheidbaar, ...

- a. tastbaar, onscheidbaar, ...
- b. tastbaar, scheidbaar, ...
- c. ontastbaar, onscheidbaar, heterogeniteit, vergankelijkheid

17) stelling 1: verpakking is een marketinginstrument

stelling 2: belangrijke factoren van de verpakking

zijn kleur, materialen en merkteken i

- a. beide juist
- b. 1 juist, 2 fout
- c. 1 fout, 2 juist
- d. beide fout

18) Wat is de juiste volgorde van de behoeftenhiërarchie van Maslow

antwoord: eerst fysische en als laatste zelfontplooiing

19) Stelling 1: kanibalisatie komt vaak voor bij merkextensie

Stelling 2: brand dilution is een risico bij merkextensie

- a. stelling 1 is juist
- b. stelling 2 is juist
- c. beide juist
- d. beide fout

20) welke groep behoort niet tot de meso-omgeving van een bedrijf

- A) Leveranciers
- B) Concurrenten
- C) Klanten
- D) andere afdelingen (buiten marketing) binnenin het bedrijf

21) "Ons verkoopcijfers dalen, maar we weten niet waarom". Van welk soort onderzoeksmethode is er hiervan sprake?

- A. Verkennend onderzoek
- B. Beschrijvend onderzoek
- C.
- D. Causaal onderzoek Was de vraag niet hoe je dit probleem best kan oplossen en dus het antwoord niet causaal onderzoek? Nee

open vragen

1. a) de drie niveau's geven en toepassen op het artikel over New Balance, een sneakermerk (core product, augmented product en actual product)
b) distributiekenngetallen: marktaandeel was gegeven en de overige moest je zelf nog berekenen
c) het bereik van reclame berekenen en de gross rating points
2. confrontatiematrix