

Marketing (HIR)

Vraag 1 je hebt een babywinkel ofzoiets. Je stuurt een facebookbericht naar de mensen die je pagina geliked hebben op facebook met een link naar een vragenlijst. Je doet dit wel enkel naar mensen die in de laatste 6 maanden een geboortelijst hebben geplaatst in je winkel.

Wat voor een steekproef is dit?

- Gestratificeerde -> dit heb ik 2x
- Cluster -> niet want de steekproef wordt niet getrokken uit de 'groepen' maar de steekproef wordt getrokken binnen 1 groep
- **Beoordelaars** -> ik had dit 9x
- **Quota**(dit want je legt voorwaardes op voor mensen die je een bericht wil sturen, heb ik ook! Mensen moesten geliked hebben en 6 maanden geleden een geboortelijst geplaatst hebben) ik ook 7x

Vraag 2 Je hebt 2 stellingen:

Hogere merkbekendheid zorgt voor hogere brand equity (fout? bv BIC bekender dan Mont Blanc, maar laatste heeft hogere brand equity en lagere merkbekendheid?)

Brand equity heeft financiële waarde voor de aanbieder

- **Beide juist** (ik had dit x8)
- alleen 1 juist
- alleen 2 juist
- geen van beide

Vraag 3 Voor wat staat de P in PITA (gastcollege seppe herbots)

- **population**
- purchase
- price
- penetration

Vraag 4 Wat is juist bij transnational strategie

- **hoge druk op prijsverlaging en hoge druk op lokaal respons** (ik ook x4)
- lage druk op prijs verlaging en hoge druk op lokaal respons
- hoge druk op prijsverlaging en lage druk op lokaal respons
- lage druk op prijsverlaging en lage druk op lokaal respons

Vraag 5

Stelling 1: Door een kleine prijsdaling zal de vraag naar een elastische vraag sterk dalen

Stelling 2: de inkomenselasticiteit van inferieure goederen is positief

- a. **stelling 1 is juist** (dit had ik, ik ook, ik ook, ik ook)=> Fout toch aangezien vraag zal stijgen, tenzij contraire Vraagcurve... ja er stond in de formule - en 1 altijd, dus er kan een contraire vraagcurve zijn
- b. stelling 2 is juist
- c. stelling 1 is juist en 2 is onjuist (ik had dit x3)
- d. stelling 1 is onjuist en 2 is juist

vraag 6

Een product heeft een laag marktaandeel in een snel groeiende markt, wat is dit?

- a. Cash cow
- b. dog
- c. star

d. **question mark**

vraag 7

Een bedrijf dat dameskleding maakt heeft een bedrijf overgekocht dat zich specialiseert in kantoormeubels. Wat is dit?

- a. **Diversificatie (ik ook x1)**
- b. marktontwikkeling had ik
- c. Product ontwikkeling
- d. Marktpenetratie (had ik omdat zowel de markt als het product al bestaat)

vraag 8

Een merk heeft onderzoek gedaan naar de hevige gebruikers van hun merk. Daaruit blijkt dat er minder dan 7% van de afnemers hevige gebruikers zijn en dat van die 7% de mensen 71% van hun producten van dat merk in de VS aankoopt. Hier is sprake van;

- a. **Segmentatie naar gebruikersfrequentie** dit, ik ook x4: ik had dit met het gedacht dat de anderen ook loyaal kunnen zijn maar het product gewoon minder kopen
- b. **naar loyaliteit** dit, ik ook
- c. psychografisch
- d. gelegenheid

vraag 9

Porsche concurreert met BMW en (nog een merk), maar alleen op de sportwagen en SUV segmenten. Welke soort strategie past Porsche toe?

- a. blue ocean strategie
- b. differentiatie
- c. **focus**
- d. geen van bovenstaande

vraag 10

Apple en Coca-Cola ontwerpen samen een nieuwe smart drinkbeker. Deze drinkbus onthoudt hoeveel je gedronken hebt en zegt ook wanneer je nog eens een keer moet drinken. Voor Coca-Cola is dit:

- **co branding (ik ook x2)**
- line extension
- directe investering
- ...

vraag 11

iets met een licentie

Vraag 12

Brutowinstmarge

- a. 25 % (heb ik)
- b. **35 %** (ik had dit x5)

Vraag 13

Welke van onderstaande dingen zijn non-compensatorisch?

- a. conjunctief
- b. disjunctief

- c. lexicografisch
- d. **elk van bovenstaande**

Vraag 14

Een vertegenwoordiger kost 50 000 euro en een winkelpunt heeft een jaarlijkse omzet van 10 000. De contributiemarge is 25%. Hoeveel extra winkelpunten moeten we hebben wanneer we 2 extra vertegenwoordigers aanwerven en break-even willen draaien?

- a. 4
- b. 10
- c. **40 (ik ook x2)**
- d. 100

Vraag 15

er zijn 100 drogisterijen, en het bedrijf is 5 drogisterijen niet actief. De SI is 0.8. Wat is de gewogen distributie?

- a. **76% (ik ook x2)**
- b. 95%
- c. 80%
- d. 8
- e. 78.4

Vraag 16

welke distributie hoort het best bij situatie vorige vraag?

- a. **intensieve distributie**
- b. exclusieve distributie
- c. selectieve distributie
- d. Convenience distributie

Vraag 17

consumenten met hoge trouwheid en lage winst

- a. **zeepokken**
- b. vlinders
- c. vreemdelingen
- d. echte vrienden

Vraag 18

Welke past beter bij kwalitatief dan kwantitatief?

- a. meerkeuzevragen
- b. **focusgroep (= groepsdiscussie)**
- c. grote steekproef
- d. iets met causaal verband

Vraag 19

Hoe heet de studie die consumenten onderzoekt in hun natuurlijke omgeving

- **etnografisch onderzoek**
- field research
-
- ...

Vraag 20

Welke van deze factoren zegt iets over de inkomensverdeling en hoe ze consumeren?

- **Enkel Wet van Engel** dit!! coefficient zegt enkel iets over inkomensverdeling ,niet over hoe ze consumeren.
- Enkel Gini Coefficient
- Beide
- Geen van beide

Vraag 21

De volgorde van promotie en reclame is belangrijk voor zowel B2B en B2C. Deze zijn echter niet hetzelfde, welke volgorde (van meest belangrijk naar minst belangrijk) past het beste bij B2C?

- **Reclame - sales promotion - persoonlijke verkoop - public relations (deze)**
- persoonlijke verkoop - sales promotion - reclame - public relations

Vraag 22

Voordelen direct marketing

- a. realtime
- b. flexibel
- c. interactief
- d. **alle vorige opties zijn correct**

Vraag 23

Een vraag over het POEM model, je krijgt 2 stellingen:

Stelling 1: Advertenties in een tijdschrift zijn voorbeeld van paid media

Stelling 2: mond-tot-mond reclame is voorbeeld van owned media

- a. **1 Juist, 2 Fout** (ik had deze x3)
- b. 1&2 Juist
- c. 1&2 Fout
- d. 1 Fout, 2 Juist

Vraag 24

Iets over grofmazige fase & voorselectie bij landenselectie met Micro factoren-> Fout?

MABA dat MA (BA toch? Kan ook...) gedeelte door micro&meso factoren was? beide stellingen verkeerd

Vraag 25

Wanneer zal de brand dilution (merkverdunding) het grootst zijn?

- a. Als Lays verschillende smaken op de markt brengt. (ik had dit x3)
- b. **Lays brengt cornflakes op de markt.** heb ik! x3 (merkverdunding is wanneer je niet meer 1 specifiek product aan een merk kan linken. Bij verschillende smaken denk je nog wel aan het product chips.)

Vraag 26

Nespresso verkoopt zijn producten via 3 kanalen: via een webshop, via eigen winkels in het stadscentrum en in de winkels van de Inno.

- a. Multichanneldistributie (webshop) → denk toch dat het dit is
- b. Direct Marketing
- c. Handelen via tussenhandelaren (inno)
- d. **Elk van bovenstaande mogelijkheden ik had dit x5**

Vraag 27

Franchising past het best bij:

- a. Geïntegreerd vms
- b. Geleid vms
- c. **Contractueel vms ik had dit 4x**
- d. ...

Vraag 28

Verkoop via een website, welke soort channel

- a. Indirect lang
- b. Indirect kort
- c. **Direct, ik had dit 6x**
- d. Traditioneel?

Vraag 29

In welke volgorde komt de kostengeoriënteerde prijszetting tot stand?

->product ontwerpen, kosten bepalen, prijs zetten, klanten overtuigen? Klopt

Vraag 30

Was er geen vraag meer horende bij vraag 15/16 over markt- of omzetaandeel?
inderdaad

Open vraag 2

PepsiCo introduceert nieuw watermerk, genaamd QUA. QUA is iets duurder dan andere watermerken zoals die FIJI bullshit ma dan gewoon een andere naam.

Vraag 1

Pepsico gebruikt het AIDA model, maar waarvoor staat de afkorting?

Awareness

Interest

Desire

Action

En wat is de beste voor awareness te verbeteren (ik heb reclame) ik ook x5

Vraag 2A

Het bedrijf PepsiCo denkt eraan om afroomprijsstrategie te kiezen als prijsstrategie, leg kort en bondig uit wat afroomprijsstrategie is en is dat volgens jou een goede keuze?

Dit is een strategie waarbij de ondernemer een hoge introductieprijs vraagt om na verloop van tijd de prijs te laten dalen zodat je de verschillende soorten

consumenten kan aansporen om te kopen. Deze strategie wordt voornamelijk gebruikt wanneer je kwaliteit nastreeft en slechts geleidelijk aan marktaandeel wil opbouwen. En dit komt niet ten goede wanneer je goed een commodity good is en je weinig extra diensten aanbiedt.

Vraag 2B

Is dit een goede strategie volgens jou?

Neen, QUA is een nieuw product in de 'red ocean' (=veel en moordende concurrentie), ze zouden beter tegen een relatief lage prijs de markt penetreren om op korte termijn een behoorlijk marktaandeel te verwerven. Bij de afroom strategie zal dit heel traag verlopen of zelfs totaal mislukken.

Ik had ja maar Wsl kan het allebei naargelang je uitleg

(Het is inderdaad niet slim om de afroomprijsstrategie uit te oefenen omdat het geen exclusief goed is, zoals we gezien hebben in de hoorcolleges Markten & Prijzen. Zou het wel een exclusief product zijn, zoals de nieuwste Playstation of een belachelijk dure Iphone XIII (waar geen aansluiting is voor een mini jack van 3.5 mm zodat je via je oortjes naar de lekkerste tracks van Kendrick Lamar kunt luisteren of los kunt gaan op de DJ skills van Jauz en old school Tchami, don't forget xxxtentacion oh wait..) dan werkt het wel, omdat je een voor een mensen aanspreekt met een andere bereidheid tot betalen

But my point is: een lage prijs op QUA zetten zou ook averechts werken, als jij een nieuw exclusief water op de markt lanceert en het dan tegen een belachelijk lage prijs neerzet, dan trekt het de klanten ook niet aan.)

Ik heb gesproken over de verschillende prijzen, als er een groot verschil is kiest men de goedkoopste, maar met een klein verschil vaak de iets duurdere, dus als je je prijs net iets duurder zet dat dit wel kan werken

Zo had ik ook geredeneerd.

Vraag 2C

Wat voor consumentengoed is QUA? => was koopgedrag denk ik

Ik heb hier QUA als convenience good omdat water een product is dat je routinematig aankoopt zonder nadenken op redelijk frequente wijze. Oké QUA is iets duurder dan andere watermerken, maar om als Speciality good beschouwd te worden vond ik de algemene prijs te laag en bijv. niet te vergelijken met een Rolex of Ferrari. Kan zijn dat ik me hier heb vergist #RIP

Moet dat niet gewoon zijn variatiezoekend of gewontekoopgedrag (ik heb dit ook geschreven, ik ook, vraag was verwarrend) ?

Open Vraag 1

- Stel confrontatiematrix op en geef enkele belangrijke confrontaties weer
- Beoordeel 4 strategieperspectieven en vernoem daarbij de confrontaties uit a
- Zou je fusioneren met ander bedrijf? Op welk perspectief baseer je je hiervoor?

Opmerking: Open vraag 1 is exact hetzelfde als behandeld in Casecollege...