

MK1: Voor wat staat de S in het PESO-model?

A. shared -> zeker juist

MK2:

Steeds meer doe-het-zelfzaken bieden naast DHZ-materiaal ook bbq materiaal, diervoeding,... aan. Men spreekt dan van...

- A. markt-verfijning
- B. markt-vervaging (x6)
- C. aanpassing van de marktstructuur
- D. geen van bovenstaande (2x) **Want meer producten in een detaillisten zaak zegt toch niets over de markt van de producenten, ik dacht A omdat ze meer producten gaan verkopen die niet echt te maken hebben met doe het zelf zaak/Ma is da nie gewoon diversificatie product aanbod, zou ook kunnen ja maar lijkt me eerder vervaging (vorig jaar is die vraag ook gesteld en meerderheid had daar ook wel vervaging) is dit niet juist omdat men spreekt over branchevervaging? dat dacht ik ook**

MK3:

stelling 1: als 2 producten substituten van elkaar zijn is de kruiselingse boogelasticiteit meestal (-)

Stelling 2: als producten complementen van elkaar zijn is kruiselingse boogelasticiteit meestal (+)

- A. beide onjuist (x8)
- B. 1 juist 2 juist
- C. beide juist
- D. 1 onjuist 2 juist

MK4:

als bij een onderzoek niet alle mogelijke antwoorden zijn gegeven heeft dat betrekking op

- A. betrouwbaarheid (1x **Niet genoeg opties betekent niet dat de populatie niet vertegenwoordigd is. Betrouwbaarheid = bekom je bij herhaling dezelfde resultaten. Als je niet alle opties erin steekt, dan ga je niet dezelfde resultaten hebben indien je hetzelfde onderzoek opnieuw doet. En validatie is meten wat je wilt meten: met subjectieve antwoorden kan je toch nog steeds meten wat je wilt meten?**)
- B. representatie (2x)
- C. validatie (5x)
- D. betrouwbaarheid en representatie

MK5: Meten van gedrag bij jongeren binnen een bepaalde scholengemeenschap binnen een bepaalde regio.

Fase 1: steekproef op enkele scholen binnen de gemeenten/scholengemeenschap. Fase 2: in deze scholen worden enkele klassen geselecteerd. 'alle' jongeren uit deze 'geselecteerde' klassen vullen een enquête in. Welke steekproeven zijn van toepassing?

- A. eerst clustersteekproef dan gestratificeerde steekproef
- B. eerst quotasteekproef dan gestratificeerde steekproef (1)
- C. twee keer clustersteekproef (x8)
- D. eerst clustersteekproef dan quotasteekproef

MK6: (gegevens nog niet helemaal compleet)

gemiddelde prijs elmex = 3 euro en gemiddelde prijs totale markt = 2.5 euro

in totaal 48 miljoen tandpasta's verkocht waarvan 18 miljoen bij een drogist

elmex verkocht er 3 miljoen waarvan 1 in de drogisten totale omzet van een jaar van de verkoop in drogisterij is 35 miljoen

wat is de gewogen contributiemarge bij drogisten?

- A. 77,78 (x7)
- B. 104,..
- C.

MK7: wat is het marktaandeel van bij de drogisten (gegevens vorige vraag)

- A. 6,7 (5x)
- B. 7,... (1x)
- C. 8,...
- D. 10,,...

MK8:

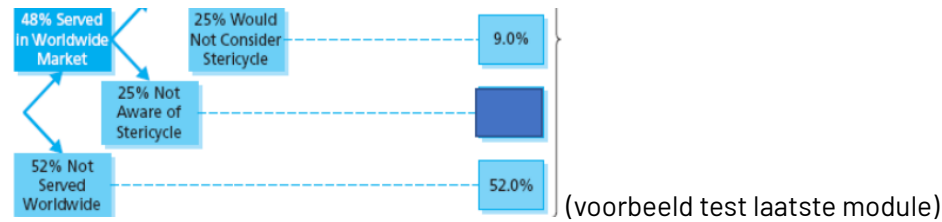
een bedrijf gaat helikoptervluchten aanbieden. (je krijgt allemaal verschillende kosten) jaarlijkse kost= € 560.000, prijs per vlucht € 2850, de variabele kost per vlucht €350

ze verwachten maandelijks 35 vluchten => hoeveel plan je er jaarlijks meer te doen dan het breakeven aantal

- A. 224
- B. 196 (8x)
- C. 76
- D. 126

MK9: Met je product bedien je 48% van de wereldwijde markt. Van die 48% is 75% effectief op de hoogte van je product. Hoeveel bedraagt de market share leakage tot nu toe?

- A. 12% (4x), het is A want je moet %niet op de hoogte x marktaandeel dus $48\% \times (100-75)\%$.



- B. 52%
C. 64% (x6)

het is hier wel C hoor want je moest het cumulatief berekenen dat je sowieso al niet had (52 + 12)

MK10: wat zijn de vereisten bij de stap: optie kiezen bij de SWOT analyse → D

- A. feasibility, acceptability, suitability (6x)
B. NIET measurability

MK11:

Welke van onderstaande parameters zorgt NIET voor een verhoging van de netto-marketing-contributie (NMC) als andere parameters constant blijven?

- A. Toename van marktgroei (Dit is **sws het antwoord** $NMC = \text{omzet} - \text{tot.kosten} - \text{marketinguitg.}$)
B. Verbetering van marketing efficiëntie ($= \text{marketingkosten naar beneden}$)
C. Toenemende prijs (omzet omhoog)
D. Verlaging van totale overhead kosten (kosten omlaag)

MK12

Treacy en Wiersema waardendisciplinemodel:

- A. Operational excellence, Customer intimacy & product leadership (**sws juiste**)

MK14: Wat is meestal het geval bij B2B?

Stelling 1: Afgeleide vraag (waardeketen bij professionelen op basis van de vraag van de eindconsument).

Stelling 2: Prijselasticiteit bij professionelen is meestal elastisch op korte termijn elastisch dwz ...

- A. Beide juist (2x)
B. Beide fout
C. Stelling 1 juist (5x **want bij consumenten is stelling 2 juist maar op korte termijn bij professionelen niet?**) → stond nog iets achter wat elasticiteit wou zeggen dat volgens mij fout was
D. Stelling 2 juist

MK15: Na een onderzoek wordt de volgende kans geformuleerd: "Het huidige sterke marktaandeel van het bedrijf gebruiken om nog meer marktaandeel in te nemen en nieuwe markten te verkennen".

- A. Dit is inderdaad een kans
- B. Dit is geen kans, maar een sterkte
- C. Dit is geen kans, maar een sterkte die inspeelt op een goed geformuleerde kans.
- D. Dit is geen kans, maar een sterkte die inspeelt op een slecht geformuleerde kans (x4)

(eerste deel van de zin was anders verwoord maar weet niet meer hoe)

MK16: Diensten hebben 5 typerende kenmerken, wat zijn naast 'ontbreken van eigendom' de 4 andere kenmerken?

- A. ontastbaarheid, vergankelijkheid, onscheidbaarheid en heterogeen (x7)
- B. tastbaarheid, onvergankelijkheid, onscheidbaarheid, heterogeniteit
- C. tastbaarheid
- D. tastbaarheid

MK17: een vraag over wat de garantie (was nieuwe Europese wetgeving ofz) van de producten is

- A. core product
- B. tastbaar product
- C. uitgebreid product (x8)
- D. geen van bovenstaande

MK18: Distributie door een internationaal bedrijf die alle kosten voor transport op zich neemt.

- A. Franco (x4)
- B. free on board

MK19: Iets met Apple die een nieuwe VR bril had uitgebracht en de vergelijking met de FB VR-bril: *de een was \$499 en de andere \$3499 (die van Apple heeft betere specificaties)*: Verklaar cursieve tekst:

- A. Brand equity (2x: [Brand equity: loyalty, quality, association & awareness?](#))
- B. Value equity (5x) (omdat het apple product beter is heeft het een hogere value? [Niet per se beter omdat het duurder is: er waren geen verdere gegevens daarrond → jawel er stond dat de apple bril betere specificaties had](#))
- C. consumer lifetime value
- D. marktaandeel

MK20: Vervolg vraag: 'Apple spreekt over *metaverse* wanneer het over de nieuwe bril gaat.' Waarom?:

- A. Brand equity (6x)
- B. Value equity
- C. consumer lifetime value
- D. marktaandeel

MK21: vraag over BCG matrix: het product groeide met 5% en had een marktaandeel van 17% het grootste bedrijf zijn marktaandeel was 26%. het cut-off punt voor marktaandeel was 0.7 en voor de groei 3% welk element van BCG matrix is het

- A. question mark (5x) (ik had deze want 17/26 is kleiner dan 0.7 dus is relatief klein marktaandeel, maar ik weet niet of dat het zo moest)
- B. star (2x)
- C. cash cow
- D. dog

MK22:

Vraag over Lidl, Carrefour en frituur, afhaalchinees, concurreren op vlak van (met betrekking tot de afdeling voedingswaren)

- A. generiek (x7)
- B. productvorm
- C. productcategorie 1x
- D. budget (1x: **was dat niet zo frituur en afhaal chinees enz? Kdacht da da allemaal gwn cheap was**) (meer algemeen is voor de behoefte van 'eten', en dat is meer algemeen)
maar er kan veel want productcategorie zou ook kunnen want het is allemaal eten,
generiek is voor dezelfde behoefte en budget is omdat allemaal goedkoop is... maar ik denk dat hij hier generiek bedoelde

MK23:

van wat is premium pricing een voorbeeld:

- A. kosten-gerelateerde prijszetting
- B. concurrentie gerelateerde prijszetting (**sws juist: zie cursus**)
- C. vraag-gerelateerde prijszetting

MK24: wat zijn de kenmerken van transnationaal

- A. hoog kost hoog lokaal (**sws juist; zie cursus**)
- B. hoog kost laag lokaal
- C. hoog lokaal laag kost
- D. laag lokaal laag kost

MK25: "niemand van ons mag zonder afspraak spreken met mr Jansen "

- A. Beïnvloeder
- B. Beslisser
- C. Gatekeeper (x6)
- D. gebruiker

MK26: *Naam* gaat naar de winkel en is op zoek naar een wasmachine. Hij/zij twijfelde heel erg. In de winkel krijgt hij/zijn veel uitleg. Vervolgens kiest hij/zij voor het merk Siemens. De wasmachine wordt volgende week geleverd. Duidt het correcte antwoord aan:

- A. Er is een lage kans op cognitieve dissonantie, want *Naam* heeft het zelf gekozen.
- B. Er is een lage kans op cognitieve dissonantie, want de verkoper heeft goede uitleg gegeven. (2x)

- C. Er is altijd een hoge kans op cognitieve dissonantie los van verkoop/beslissing.
- D. Er is een hoge kans op cognitieve dissonantie want de producten verschillen weinig (7x)
(Stond op MyLab)

MK27: welke reclame wordt er gebruikt als je audiovisuele panelen gebruikt op bepaalde locaties

- A. narrowcasting (7x)
- B. affiliate marketing
- C. affiliate telemarketing

MK28: vraag over een detailliste die zijn vis ging aankopen bij groothandel de kleinhandel ging dat dan halen bij groothandel en betaalde bv door te pinnen ==> wat voor soort is het

- A. rack jobbing (x1)
- B. Cash and carry (6x)
- C. drop shipper

MK29: conjunctieve (met minimumlat voor alles dus) keuzestrategie (belang/gewicht van criteria is gegeven: prijs/kwaliteit: 4,5; stijl: 4; X: 3)

- A. Meubel A (1x)
- B. Meubel B (3x)
- C. Meubel C (8x [alles was hier boven 4?](#))ja klopt
- D. Meubel D

MK30: vraag over segmentatie ==> bij welke horen de volgende 2 uitspraken:

- 1: het voldoet aan de specifieke behoefte van de klant EN is betaalbaar, uitvoerbaar
- 2: gevaar om foute segmenten te kiezen of dat concurrent beter is in die segmenten

- A. gedifferentieerd
- B. ongedifferentieerd
- C. niche (geconcentreerde) marketing (6x [staat cursus voor en nadelen](#))
- D. micro marketing

MK31: X: 0% criticasters en 0% promotors, Y: 50% criticasters en 50% promotors

- A. NPS beide nul (7x)
- B. X: 0, Y:100
- C. X:0, Y:50

MK32: iets over een boormachine dat de aanbieder ervan uitgaat dat de klant een boormachine nodig heeft maar dat is niet zo:

- A. marketingmyopia (10x)
- B. selectieve aandacht
- C.

MK33: iets over een bedrijf dat van HP mocht produceren in zijn naam en mocht verkopen voor 10 jaar etc.

- A. licentie (5x)
- B. managementcontract
- C. productie contract
- D. mede-eigendom? (1x) was investeren samen met ander bedrijf **nee, 1 bedrijf mocht de technologie van HP gebruiken, dus niet samen investeren**

MK34 bedrijf dat in spanje en brazilië lokale fabrieken de productie laat doen en daarna zelf voor de verkoop zorgen

- A. contractproductie (7x)
- B.

MK35: Een markt met beperkte aanbieders met verschillende productvarianten en een beperkte vrijheid in prijs

zetting.monopolistische concurrentie

- A. heterogene oligopolie (5x)
- B. homogene oligopolie (3x) → sws fout want de producten verschillen van elkaar dus niet homogeen **Waren het niet verschillende productvarianten? ja en verschilde beperkt**
- C. monopolistische concurrentie
- D. verdoken monopolie

MK36: iets van nike-slogan 'just do it' voor stond

- A. expressieve waarde (5x)
- B. ..

MK37: bedrijf dat ...

- A. geleid VMS (1x) **Geleid kon sws niet want alles was van 1 organisatie + 1 partij had geen invloed op andere**
- B. geïntegreerd VMS (6x)
- C. contractueel VMS
- D. franchise

MK38: contributiemarge = 25%, totale markt = 100 miljoen, bedrijf: 5%, prijs korting van 10%, met hoeveel moeten verkoopinkomsten stijgen?

- A. in de 900 duizend
- B. 1.6 miljoen
- C. in de 2 miljoen
- D. 1,25 miljoen (1X)

MK39: over spotify, artiesten vinden dat ze te weinig royalties krijgen, welke omgeving is dit (voor spotify)

- A. macro omgeving want heeft te maken met economische ontwikkelingen
- B. meso omgeving want iets met leveranciers (de artiesten) (10x)
- C. meso omgeving want het gaat hier over concurrentie

D. macro omgeving want

MK40: een bedrijf dat altijd dezelfde naam en huisstijl gebruikt is

- A. familliemerk 2x
- B. individueel merk
- C. bedrijfs en individueel merk (1x) want richtte zich op 2 verschillende productgroepen.
- D. *bedrijfsmerk* (2x) (weet de juiste benaming niet meer)

MK41: kwaliteitskloof bij diensten, als management wel de juiste opvattingen maakt maar het personeel voert dit niet goed uit, waar ligt dit probleem

- A. interne marketing (1x)
- B. externe marketing
- C. interactieve marketing (7x)

MK42: krimpflatie en nog iets

- A. geen verandering in value equity
- B. value equity verlaagt en benefits en sacrifices veranderen niet
- C. value equity verlaagt omdat benefits verlagen, en de sacrifices veranderen niet (6x, want het blijft wel dezelfde prijs, alleen de benefit is lager omdat er minder in zit)
- D. value equity verlaagt en benefits en sacrifices verlagen ook (2x) omdat klanten zowel de positieve aspecten van het product verliezen (kwaliteit achteruit) als een negatieve impact ervaren (kwaliteit achteruit zonder verlaging van prijs is niet dezelfde sacrifice))

MK43: winkel waar veel services aanwezig zijn (kopen, retourneren, herstellen, ...)

- A. conceptstore
- B. flagship store
- C. service store (9x)
- D. outlet store

MK44:

stelling 1: omzetaandeel = 25%

stelling 2: marktaandeel = 25%

- A. stelling 1 is juist (2x)
- B. stelling 2 is juist
- C. beide stellingen fout
- D. beide stellingen juist