

Aarhus BSS	Eksamenstermin: Ordinær V2022
HA Jur.	
Del/delprøve/fase: 2. år af bacheloruddannelsen	
Fag: Marketing og markedsføringsret	
Opgavetype: Skriftlig	
Antal sider i opgavesættet (inkl. forside): 8	
Eksamensdato: Onsdag d. 4. januar 2023 kl. 15.00 – 19.00	
Tilladte medbragte hjælpemidler: Alle - herunder batteridrevet PC som opslagsværk og internetadgang (SKAL UDFYLDES)	
Materiale udleveret til eksaminanden: Intet andet end opgaveteksten	

Vintereksamen 2022/2023

Ordinær eksamen – 4. januar 2023

Skriftlig prøve i Marketing og Markedsføringsret

Varighed: 4 timer

Hjælpe midler: Alle

1. DEL Marketing

Kilde: nyheder.tv2.dk; 13. november 2022

Dansk Erhverv forventer lavere priser end normalt ved årets black friday

Generelle prisstigninger kan dog æde større rabatter, vurderer privatøkonom.

I år bliver priserne til black friday endnu lavere, end de plejer at være. Sådan lyder vurderingen i hvert fald fra Dansk Erhverv, efter at flere danske virksomheder har vurderet, at deres lagerbeholdning er for stor og at de derfor skal af med deres varer. For der er priserne en god ting at skrue på.

Det fortæller e-handelsdirektør hos Dansk Erhverv Niels Ralund. Han ser det som en helt generel tendens, at e-handels- og detailvirksomheder har bugnende fyldte lagre:

- Vi er i en situation, hvor der generelt er for mange varer på lagrene i øjeblikket, siger Niels Ralund, e-handelsdirektør i Dansk Erhverv.

Derfor forventer han, at priserne på årets største shoppingdage – som for eksempel black friday – vil komme længere ned end normalt.

For meget på lager

Det er dog svært at spå om, hvorvidt Dansk Erhvervs forudsigelse kommer til at holde vand. Det mener i hvert fald Danske Banks chefanalytiker og privatøkonom, Louise Aggerstrøm.

- Rabatten bliver stor, men om det decideret bliver lavere priser end sidste år, det er ikke til at sige, siger hun til TV 2.

Louise Aggerstrøm uddyber, at efter de prisstigninger vi har set de seneste måneder, skal der rigtig meget til, hvis priserne ved årets black friday skal blive lavere end tidligere år. Men varerne skal virksomhederne af med på en eller anden måde, hvis de skal undgå at tabe for meget omsætning. Derfor betyder lagerbeholdningen meget, når virksomheder som Elgiganten skal fastsætte priser op til black friday og julehandlen.

- Det er klart, at når vi har fyldt op til julehandlen, er der brug for, at der kommer kunder i forretningerne, siger administrerende direktør i Elgiganten Peder Stedal.

Inflationen har gjort, at kunderne ikke handler lige så meget. Og det kommer til at påvirke de priser, Elgiganten sætter, fortæller Peder Stedal.

- Der er ingen tvivl om, at priserne bliver enormt lave, og det gør selvfølgelig, at kunderne kommer ud i butikkerne igen, siger Peder Stedal.

Lav forbrugertillid

For danskerne handler ikke så meget, som de plejer. Faktisk viser tal fra Danmarks Statistik, at forbrugertilliden er faldet. Økonomer læser ofte den faldende forbrugertillid som et problem, fordi bekymringerne kan sætte sig i danskernes forbrug.

Dermed har virksomhederne noget ekstra at være bekymrede over, hvis forbrugerne ikke har lyst til at bruge penge, og butikkerne samtidig ikke kan komme af med deres mange varer. Hvis danskerne går ud og bruger en masse penge på billige varer til black friday, kan det have en påvirkning på inflationen, advarer Louise Aggerstrøm:

- Det kan for så vidt godt have en effekt, fordi et af problemerne (med inflationen, red.) er jo, at vi bruger for mange penge.

Hun understreger dog, at danskerne er blevet mere bevidste om, hvad de bruger deres penge på. Derfor vurderer hun, at folk ikke shopper lige så meget ved årets black friday-shopping, som de plejer.

Kilde: <https://www.elgiganten.dk/baeredygtighed/gronnere-valg> (tilgået 20. november 2022)

Grønnere valg i Elgiganten

Elektronik indeholder værdifulde ressourcer

Elektronisk affald er et kæmpe miljøproblem og de nordiske lande ligger i verdenstoppen inden for e-affald. De nordiske husstande har i gennemsnit mere end to computere og opgraderer til en nyere model hvert tredje til femte år. Det betyder, at der ligger mange ubrugte og forældede computere i skuffer og skabe, som indeholder værdifulde mineraler som tin, jern, aluminium, guld, sølv og kobber. Samtidigt er verden ved at løbe tør for mange af de mineraler, der kræves for at producere elektronik. Genbrug og genanvendelse af elektronik er derfor afgørende for en mere bæredygtig fremtid.

Stort potentiale i genbrug

På grund af størrelsen bliver elektronik som mobiltelefoner, elektriske tandbørster, brødrister og kameraer, ofte skrottet på uhensigtsmæssig vis. De udgør en betydelig del af de 8% af alt EE-affald, der smides direkte i skraldespanden. Det ønsker vi at ændre på!

Peder Stedal, adm. direktør, fortæller: ”Vi ved, at mange produkter ryger direkte i skraldespanden og skrotes på lossepladser eller forbrændes. Det betyder, at vigtige metaller og mineraler, som produkterne indeholder, ikke udvindes og går tabt. Der ligger derfor et stort potentiale her, hvis vi vælger at sende elektronikken til genbrug.”

Elgiganten har et mål om, at alle solgte produkter genanvendes og genbruges i nye produkter. I dag indsamler Elgiganten-koncernen årligt ca. 30.000 tons elektronikaffald, hvor mere end 80% af de indsamlede produkter bruges som råvarer til at producere nye produkter.

Besvar følgende spørgsmål (med udgangspunkt i fagets pensum). Vægtningen af spørgsmålene er kun vejledende:

- 1) Hvilke andre parametre end prisen kan Elgiganten med fordel justere for at øge salget af varer i en tid med høj inflation og lav forbrugertillid? (15%)**
- 2) Diskutér om Elgiganten med sine store varehuse, brede produktsortiment og lave priser retter sig mod et særligt segment (15%).**
- 3) Diskutér i hvor høj grad det giver mening for Elgiganten at positionere sig på at være ”grønne” og hvordan det bedst kan gøres/opnås (20%).**

2. DEL – Markedsføringsret

På trods af »Black Friday«, »Singles Day« og »Juleudsalg« i november og december 2022, så var Elgigantens lagerbeholdning stadig for stor. I starten af januar 2023, hvor alle kunder traditionen tro bytter julegaver og januarudsalget nærmer sig, fik virksomhedens marketingsafdeling til opgave at fremlægge en ny strategi med konkrete forslag til at få gang i salget.

I afdelingens team var der såvel helt unge som ældre ansatte. Det blev derfor besluttet, at tre udvalgte ansatte skulle komme med et strategioplæg, som kunne danne baggrund for forskellige indsatsområder. Albert (A), som netop var blevet ansat, fik til opgave at udvikle en strategi henvendt til børn og unge. Blandt de ældre ansatte fik Bjarne (B) til opgave at fokusere på aldersgruppen +75 år. Caroline (C), som lige var vendt tilbage fra barsel, fik til opgave at fokusere på børnefamilier.

For Albert var det en drømmeopgave. I sin fritid var han amatør gamer og han drømte om at blive professionel. Han havde mange følgere på SoMe, hvor han bl.a. kommenterede danske Astralis' turneringer og gav gode råd om esports, herunder om at blive professionel Counter Strike-gamer. Den strategi, som Albert fremlagde for gruppen, var derfor fokuseret på gamer-udstyr.

Alberts forslag gik i al sin enkelhed ud på, at han i den kommende uge skulle indrette sin lejlighed med lækkert og relevant gamer-udstyr fra Elgiganten. Under #AGamersHut ville han på sin profil på Instagram og TikTok fokusere på den professionelle gamer og drømmen om at blive rig af at spille sit favoritspil dagen lang. Albert ville bidrage med gode råd til, hvordan man kan følge de professionelle på streamingplatforme (f.eks. Twitch) for at lære nye tricks, hvordan man i esports kan blive koblet op på live betting og hvordan man ved en aktiv og sund livsstil kan sikre sig en hurtig reaktionstid.

Caroline, der under sin barsel havde nydt godt af diverse sociale medier, foreslog brugen af influenter. Hun havde især stor tillid til influenten bag #Mumkind, som dagligt havde opslag om sine nyfødte tvillinger. Caroline fandt det oplagt, at Elgigantens babyudstyr, eksempelvis babyalarmer, blev fremvist i brug således at tvillingerne blev en del af det visuelle virkemiddel.

Bjarne, der fandt, at sociale medier var mindre egnet til sin målgruppe, foreslog husstandsomdelte tilbudsaviser. Han ville udvælge produktområder såsom elektriske tandbørster, fastnet telefoner med stort display og LED smart TV m.v., som han synes passede til kunderne. Elgiganten havde umiddelbart før jul modtaget et helt nyt produkt, et LED smart TV, som netop var ankommet til det danske marked. Produktet blev den 19. december 2022 annonceret således: »*LG 55 4K-UHD LED Smart TV til 16.999 DDK*«.

For at tiltrække opmærksomhed foreslog Bjarne, at der på tilbudsavisens forside med henvisning til energikrisen blev varslet om fremtidige prisstigninger på de udvalgte produkter. Eventuelle stigninger var endnu ikke konkretiseret, men Bjarne var sikker på, at det nok ville ende med, at prisstigninger ville blive væltet over på forbrugerne. Teksten i tilbudsavisen skulle drejes således at kunderne fik det indtryk, at det var *nu*, at man kunne gøre et godt køb. Bjarne overvejede også at fremhæve det nævnte LED Smart TV med følgende tekst: »*byens bedste og billigste LG 55 4K-UHD LED Smart TV*«.

Besvar følgende spørgsmål (med udgangspunkt i fagets pensum). Vægtningen af spørgsmålet er kun vejledende

- 4) Der ønskes en begrundet stillingtaget til, hvilke markedsføringsretlige overvejelser de fremsatte forslag og overvejelser fra de tre ansatte giver anledning til (30 %)**

Som det fremgår af 1. DEL Marketing, under overskriften »Grønnere valg i Elgiganten«, har Elgiganten et mål om, at alle solgte produkter, genanvendes og genbruges i nye produkter. Elgiganten har derfor bl.a. lanceret følgende tiltag:

”Elgiganten og Microsoft indgår samarbejde til fordel for miljøet: Byt gammel elektronik til minecoins

Elgiganten har med Microsoft lanceret kampagnen ”Urban Miner” i håb om at motivere de yngre generationer og deres familier til at genbruge og genanvende elektronik. Samarbejdet betyder, at Elgigantens kunder kan bytte gammel og udtjent elektronik til en værdikode, der kan bruges til skins, texture packs og verdener i Microsoft-spillet Minecraft.”

Besvar følgende spørgsmål (med udgangspunkt i fagets pensum). Vægtningen af spørgsmålet er kun vejledende.

- 5) Der ønskes en begrundet stillingtagen til, hvilke markedsføringsretlige overvejelser ovennævnte tiltag giver anledning til (20 %)**