



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2990
Dato : 16/5/2012
Ark nr. : 1 av 5

Del 1

1) c

2) d

3) e

4) f

5) a —

6) c

7) c —

8) b

9) a

10) a

11) e

12) a

13) d

14) e —

15) a

16) c



Del 3

a) The business plan is basically a document describing how a company will be able to take an idea and turn it into successful business. It documents where the company is, where it wants to go, and how it will be possible to get there. A goal with a good BP, besides bringing structure to the project, is to get investors interested. The following are some of the elements the BP should include:

- Clear definition of idea/concept, plus a plan on how to further develop it.
- Organizational plan, showing team members' responsibilities.
- Market analyses describing segmentation, targeting and positioning (with customer survey and competitor analyses.)
- Financial plan with thorough research on income and expenses: Income statement, cash flow statement and balance sheet.

b) Based on marketing analyses (with customer surveys being part of this) we can get a clearer picture on how to price our product/service. Besides satisfying the customers' needs, the pricing strategy must be beneficial to both the company and investors (recouping investments quickly).

There exists different types of pricing strategies: (some selected)



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2990
Dato : 16/5/2012
Ark nr. : 4 av 5

Del 3 continued...

- b)
- Economy based (low price, wide distribution, non-branded)
 - Premium based (high price, luxury, customer pays over value)
 - Skimming (high to low, maximizing profit margins)
 - Penetration (starting low and increasing price, offers trial)
 - Value based pricing (based on ~~what~~ customer willingness)

Distribution strategy: The selection of distribution depends, like pricing, on the product/service itself. Through research we find out how many suppliers and manufacturers that are needed, intermediaries needed and the width of distribution to retailers. If the product/service is of low cost, well known/mature and frequently purchased, it should be directed towards intensive distribution (covering as much of the market as possible). If the product is new, expensive, and complex, the right channel is through exclusive distribution.

Promotional strategy: This is obviously important for getting people aware of the product. The company should have control over product's image and how it is intended to be perceived in the market. The widest variety of methods can be used to enlighten customers, in terms of advertising. This may be one-way-communicating ads (Posters, TV/internet-commercials, ads in magazines) or two-way-communicating, like having a face to face meeting with the customer. The internet, with social networking sites, may be a great promotional arena.



Emnekode : TFL 107
Kandidatnr. : 2990
Dato : 16/5/2012
Ark nr. : 5 av 5

Part 3 b) continued...

Three analyses and how used in own project, spring 2012:

Pricing: In our business plan, which was based on a web-service focusing on bettering work between artists and culture arenas, the pricing strategy we saw best fitting was something equivalent to penetration. Since this was a web service, we wanted the customer to be able to try it for a short period of time, and then eventually charging for continued use of the service (with possible "premium" advantages at a slightly higher price).

Distribution: Since the website was not a concrete product, as for example an after shave lotion, it was difficult to take a position in terms of distributing to many retailers. If I am to compare it to the known distribution strategies (with producer/manufacture, intermediate wholesaler and retailer), I could ~~draw a parallel between~~ basically say that the website's development team (programmers) would more or less equal the manufacturer. As our website was a good example of an e-business, many of the distribution elements would tap into the promotional elements - and viceversa.

Promotion: Simply put, our promotion would be based on deals with other websites, letting us place an advertisement on their pages for a period of time - depending on the specifications of the agreement. In return, the other websites would get a suitable fee from us - making a percentage of our income to direct expenses. We would also actively use social networking sites for the promotional purpose. We would not rely heavily on word-of-mouth, but this would of course be a good addition to the promotional aspect.

Del I – Multiple Choice Spørsmål (60 poeng)

Svar på følgende 20 spørsmål (3 poeng for hvert riktige svar)

1. Hva kjennetegner en entreprenør?

- a) Lav kompetanse innen ledelse men høy grad av kreativitet og innovasjon.
- b) Lav grad av kreativitet og innovasjon og høy kompetanse innen ledelse.
- c) Høy kompetanse innen ledelse og høy grad av kreativitet og innovasjon.
- d) Lav kompetanse innen ledelse og lav grad av kreativitet og innovasjon.
- e) Ingen av de nevnte

2. Hva er ikke et typisk entreprenørielt trekk?

- a) Ambisiøs i henhold til egne mål
- b) Sterk trang til uavhengighet
- c) Beredt til å ta risiko
- d) Mangel på selvtillit og troen på at egne valg styrer utfallet
- e) Kreativ

3. Hvorfor er det viktig å ha med en økonomidel i forretningsplanen?

- a) Viser verdien av foretaket til investorer
- b) Viser foretakets tilstand og verdi til banker.
- c) Gir et utgangspunkt for måling og vurdering av foretakets utvikling.
- d) Kun a og b.
- e) a, b og c.

4. Hva kan bidra til å lage en realistisk plan?

- a) Informasjon fra kundeundersøkelser
- b) Konkurrenters årsrapporter
- c) Entreprenørens ønsker og magesfølelser
- d) Pristilbud fra mulige leverandører
- e) Alle utenom d
- f) Alle utenom c.

5) Hva er det som inngår i entreprenørskapsprosessen?

- a) Oppdage markedsmuligheter og behov
- b) Sjekke markedsmuligheter, innhente informasjon, lage analyser
- c) Utnytte markedsmuligheter, tilby løsninger, som dekker behov
- d) Alle
- e) Ingen

6) Hvilke finansieringskilder er det mest sannsynlige for et firma i tidlig fase å treffe på?

- a) Banklån
- b) Venture kapital
- c) Egne midler
- d) Børsnotering (IPO)
- e) Angel kapital

7) Hva betyr det å ha en markedsstrategi som er selektiv og spesialisert?

- a) Tilby samme produkt til forskjellige målgrupper
- b) Tilby forskjellige produkter til forskjellige målgrupper
- c) Tilby forskjellige produkter til samme målgruppe
- d) Tilby samme produkt til samme målgruppe
- e) Ingen

8) Tilgang til venture kapital er mest sannsynlig hvis...?

- a) Teknologien er hemmeligholdt og ikke utprøvd.
- b) Produktet eller tjenesten er testet og fungerer bedre enn konkurrentenes løsninger
- c) Entreprenøren ønsker å ha full kontroll over forretningen.
- d) Folkene bak bærer på skjulte talenter, som bare venter på å bli oppdaget
- e) Markedet er i vekst og domineres av få hovedaktører

9) Hvilken vekststrategi er den minst risikable for små bedrifter?

- a) Diversifisere satsing på nye markeder og markedssegmenter
- b) Diversifisere satsing på nye produkter og tjenester
- c) Diversifisere satsing både på nye produkter og nye markeder
- d) Kjøpe eller overta en konkurrent
- e) Ingen av dem

10) Hva er typisk for "introduksjonsfasen" i produktets livssyklus?

- a) Lite eller ingen konkurranse
- b) Mange konkurrenter, men ingen dominerende aktører
- c) Høy konkurranse blant dominerende aktører
- d) Et fåtall kontrollerer markedet
- e) Ingen av de nevnte

11) Hvilke faktorer har innflytelse på hvor raskt produktet, tjenesten eller konseptet kan slå igjennom på markedet?

- a) I den grad det er enkelt å teste og prøve.
- b) I den grad det er vanskelig å presenterer og komplisert å forstå.
- c) I den grad kunden og/eller brukeren ser behovet som produktet, tjenesten eller konseptet dekker.
- d) Kun a og b.
- e) a, b og c.

12) Hva er det som best kjennetegner ei attraktiv målgruppe?

- a) Lett å identifisere, stor nok, stabil, voksende og mulig å nå
- b) Lett å påvirke, ingen konkurrenter
- c) Høy kvalitet, lav kvantitet, høy kjøpekraft
- d) Alle de nevnte
- e) Kun b og c

13) Hva er resultatet av en skimming prisstrategi?

- a) Tjene mest mulig på alle kundegrupper
- b) Bygge image og eksklusivitet rundt et nytt produkt eller rundt en re-/nylansering
- c) Kundene vil først ikke være villige til å kjøpe produktet, men vente til prisen blir redusert eller muligens ikke kjøpe det i det hele tatt
- d) Alt stemmer
- e) Ingenting stemmer

14. Hvilken situasjon vil gjøre tilgang til kapital vanskelig for en nystartet bedrift?

- a) Gründeren har høy kompetanse og er meget erfaren
- b) Produktet er ikke nytt, men velkjent på markedet
- c) Gründeren har investert mye tid og egne penger i foretaket
- d) Gründeren har tidligere hatt suksess med egne etableringer
- e) Ingen av dem

15. Hvilke produktkategorier er mest egnet for massedistribusjon?

- a) Etablerte, ofte kjøpte dagligvarer
- b) Nye spesielle og kostbare produkter
- c) Sjeldent kjøpte high tech produkter
- d) Produkter med høy servicegrad og oppfølging
- e) Ingen av de nevnte

16. Hva er vanlige feil i forretningsplanen til en fersk gründer?

- a) Overvurderer kostnader og tida det tar for å komme ut på markedet

- b) Undervurderer inntekter og resultat
- c) Undervurderer eller overser etablerte og/eller potensielle konkurrenter
- d) Bruker altfor mye ressurser på markedsføring i stedet for produktutvikling
- e) Ingen av de nevnte

17. Hva beskriver innholdet i en forretningsplan mest dekkende?

- a) Visjon - ide - markedsanalyser - mål - strategi - økonomi - gjennomføring
- b) Visjon - mål - økonomi - strategi - gjennomføring
- c) Visjon - markedsanalyser - strategi - økonomi
- d) Ide - visjon - mål - strategi - økonomi - gjennomføring
- e) Ingen

18. Hva er en angel investor?

- a) Stort sett rike venner og slektninger, som putter penger i selskapet for å unngå at det skal gå konkurs.
- b) Ofte erfarne entreprenører, som investerer i nye foretak uten å blande seg for mye inn i daglig drift.
- c) Banker som gir lån med lav rente.
- d) Alle de nevnte.
- e) Ingen av dem.

19. Hvilken prisstrategi er best egnet for "modningsfasen" i produktets livssyklus?

- a) Verdibasert
- b) Premium
- c) Kostnadsbasert
- d) Konkurransebasert
- e) Auksjonspris

20. Hva er det viktigste når du skal prøve å formidle markedsverdien av et produkt, en tjeneste eller et konsept?

- a) At løsningen gir svar på et problem og samtidig dekker et kundebehov.
- b) At kapitalbehovet ved oppstart ikke er for høyt.
- c) At det finnes få konkurrenter på målmarkedet jeg har valgt
- d) Kun a og c.
- e) Kun b og c.

Del II – Definisjoner (20 poeng)

Sett riktig definisjon til hvert konsept (4 poeng for hver riktige definisjon):

Konsepter:

- 1) Posisjonering - _____
- 2) Segmentering - _____
- 3) Resultatregnskap - _____
- 4) Selektiv distribusjon - _____
- 5) Skimming/skumming prisstrategi - _____

Definisjoner:

- a) Å dele markedet inn i forskjellige kundegrupper med felles behov og egenskaper.
- b) Usikker finansiering, basert på foretakets evne til å generere inntekter for å dekke gjeld.
- c) Iverksette tiltak for å få til en utveksling mellom to eller flere parter, i tråd med deres behov og ønsker.
- d) En distributør for et definert marked.
- e) Prissetting basert på produktets verdi for kunden, ikke i henhold til kostnader og konkurrenter.
- f) Prisstrategi for å introdusere et nytt produkt eller en ny tjeneste på markedet ved å først sette prisen høyt, for deretter å gradvis senke den, slik at man oppnår maksimal inntjening over tid i tråd med kundenes betalingsvillighet.
- g) Utvikle identiteten til et produkt eller en tjeneste for å danne en assosiasjon hos kundegruppen av det spesielle og det unike i forhold til konkurrentene.
- h) Økonomisk oversikt over alle transaksjonsarter, og som gir et bilde av bedriftens tilstand og utvikling over tid.
- i) Bruk av utvalgte distributører pga deres overlegne tilgang til spesielle målgrupper.
- j) En sammenslåing av to eller flere enheter for å på sikt oppnå strategisk viktige fellesmål.
- k) Prisstrategi for å introdusere et nytt produkt eller en ny tjeneste på markedet ved å først sette prisen lavt for å få folk til å prøve produktet eller tjenesten, for deretter å gradvis øke prisen i takt med at produktet eller tjenesten og behovet det dekker blir kjent for flere.
- l) Lån med sikkerhet og pant
- m) Økonomisk oversikt over alle bedriftens materielle og immaterielle verdier på et gitt tidspunkt.
- n) Nødvendig salgsvolum for å dekke alle kostnader.
- o) En tilstand når kunder opplever et sprik mellom tenkt og opplevd virkelighet.

Del III – Åpent spørsmål (20 poeng)

Svar på følgende oppgave. Ta utgangspunkt i pensum og erfaringer fra emnet.

Oppgaven har fire delspørsmål (5 poeng hver)

Ikke skriv mer enn en halv side på hvert delspørsmål.

a) Hva er en forretningsplan? Hvorfor er den viktig? (5 poeng)

b) Markedsdelen av forretningsplanen er meget viktig og bør inneholde strategier om pris (1), distribusjon (2) og promotering (3).

Ta for deg hver enkelt av dem og forklar:

hva de bør inneholde og gi svar på?

Vis i korte trekk hvordan disse tre punktene ble behandlet i rammen av din egen forretningsplan.

(5 poeng pr. svar, 15 totalt).