

# MARKNADSMIX

ATT GÖRA EN TANKEKARTA TILLSAMMANS - KOOPERATIVT LÄRANDE

*Produkt, pris, plats, påverkan -*

Ingredienser som är centrala i ett företags marknadsföringsarbete.

<p><i>Produkt.</i> Utveckling av produkt, anpassning till marknadssegment.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kvalitetsnivå</li><li>- Accessoarer</li><li>- Förpackning</li><li>- Garantier</li><li>- Produktlinje</li><li>- Branding</li></ul>	<p><i>Plats.</i> Distributionsvägar till kunderna till respektive marknadssegment.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Exponering</li><li>- Mellanhänder</li><li>- Outlet locations</li><li>- Transporter</li></ul>
<p><i>Pris.</i> Anpassa produktens prissättning för attraktion för kunden och lönsamhet för företaget.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Prisnivå</li><li>- Villkor</li><li>- Differentiering</li><li>- Rabatter</li><li>- Kommunikationsfaktor</li></ul>	<p><i>Påverkan.</i> Promotionsmix, en blandning:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Kommunikationskanaler</li><li>- Säljpersonal</li><li>- Reklam - typ av media</li><li>- Reklam - typ av reklam</li><li>- Sales Promotion</li><li>- Public Relations</li><li>- Internetstrategi</li></ul>

## Uppgift

Med hjälp av föreläsningssanteckningarna ovan ska du i grupp om tre till fyra personer sammanställa en marknadsmix som ska upplevas som verklig. Ni får själva bestämma produkt. Om ni inte kan komma på något kan ni välja att ni ska lansera ett nytt jeansmärke. Marknadsmixen ska presenteras som som en *tankekarta* - mindmap - som de säger "over there". Till er hjälp får ni använda ett blankt A3 - ett ark per grupp och en penna per person. När ni är klara presenterar varje grupp resultatet för övriga i klassen.

<p><b>Mål</b> Lära oss göra en tankekarta i grupp, lära av varandra och samarbeta.</p>	<p><b>Syfte</b> Ökad förståelse för Marknadsmix.</p>
--	--

