

Vorprüfung

Fachbereich: Marketing (3. Semester)

Name: _____ Vorname: _____

Klasse: _____ Punkte: _____

Datum: _____

Prüfungsleitung: Dr. Lukas Scherer

Zeit: 120 Minuten

Max. Punktzahl: 100 Punkte

Hilfsmittel: sämtliche Hilfsmittel

Achtung: ***Bleistiftgeschriebenes wird nicht korrigiert!***

Geben Sie auf jeder Seite Ihren Vor- und Nachnamen an!

Lesen Sie die Aufgaben genau durch und überdenken Sie die Fragestellungen, bevor Sie sie beantworten. Halten Sie sich nicht zu lange mit Aufgaben auf, die Sie nicht sofort lösen können. Nach einer kurzen Unterbrechung wird sich auch die problematische Aufgabe lösen lassen.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Kandidaten, die sich der Verwendung unerlaubter Hilfsmittel oder dem Versuch dazu schuldig machen oder von anderen Kandidaten abschreiben, werden von der Prüfung ausgeschlossen; sie gilt dann als nicht bestanden und kann frühestens am nächsten offiziellen Prüfungstermin wiederholt werden!

Fallaufgaben

Piaggio heute

Piaggio ist ein italienisches Familienunternehmen mit Hauptsitz in Italien und wurde 1884 gegründet. Die Produkte, vorwiegend motorisierte Zwei-, Drei- und Vierrad-Fahrzeuge, werden in Spanien, Indien, Indonesien und in der Volksrepublik China sowie in Italien produziert. 1996 waren es weltweit ungefähr 950'000 Einheiten. Die Fahrzeuge werden unter den Marken Puch, Gilera und Piaggio vermarktet. Das wohl berühmteste Produkt ist die Vespa, ein Roller der 1946 auf den Markt kam. Gilera ist vor allem für sportliche Motorräder, Puch als Marke für Mopeds und Fahrräder bekannt. In Europa ist Piaggio der Marktleader im Markt für motorisierte Zweiräder mit einem Marktanteil von ungefähr 41%. Der Umsatz erreichte 1996 ca. CHF 1,7 Milliarden.

Der neue P104 von Piaggio - Freiheit auf 4 Rädern

Der P104 ist der Prototyp eines leichten 4-Rad Fahrzeugs, einfach in der Konstruktion, aber gleichzeitig jugendlich, unterhaltsam und sportlich. Trotz all dieser Eigenschaften, ist dieses Fahrzeug eines der fortschrittlichsten in bezug auf passive wie auch aktive Sicherheit. Die Ingenieure von Piaggio entwickelten dafür u. a. einen Airbag, einen Vierpunkt-Gurt, polyelliptische Scheinwerfer und Nackenstützen.



Das futuristische Design und die Grundarchitektur mit hydraulisch kontrollierter, horizontaler Lenkstange und das moderne Chassis machen den P 104 zu einem einmaligen Fahrzeug in bezug auf eine vielfältige Verwendung, Nützlichkeit und Spass. Zudem ist der P104 mit einem 50 cc Benzinmotor, einer automatischen Übersetzung und einem Rückwärtsgang ausgerüstet. Dies alles garantiert einen kostengünstigen Unterhalt und problemloses Fahren.

Das Styling ist aggressiv und erinnert in vielen Details an Formel 1 Rennwagen. Die transparente Abdeckung schützt den Fahrer vor Wind und Wetter, bietet aber gleichzeitig eine ausgezeichnete Rundsicht. Anstelle eines gewöhnlichen Rückspiegels wurde eine hochauflösende Telekamera am Heck des Fahrzeuges montiert und der „Rückblick“ wird auf einen Farbmonitor am Instrumentenbrett übertragen.

Hinweis: Der Fall basiert auf Firmenangaben im Internet (www.piaggio.com), die Einführung und die Aufgabenstellung sind jedoch frei erfunden. Grundsätzlich gilt es sich an die Angaben im Fall zu halten. Falls Sie Annahmen treffen, so sind diese als solche zu bezeichnen.

Sie übernehmen die Rolle eines Marketingberaters für Piaggio und haben ein Marketingkonzept zu erarbeiten. Dabei ergeben sich folgende Teilaufgaben:

Aufgabe 1 Marktforschung**(8 Punkte)**

Piaggio plant die Einführung des P 104 auf dem Schweizer Markt. Da viel Geld auf dem Spiel steht, wird eine Marktforschungsstudie geplant. Geben Sie 8 wichtige Informationen an und bezeichnen Sie, welche Information Sie mittels einer Primärerhebung oder aus Sekundärquellen erhalten.

Aufgabe 2 Auswahl von Zielmärkten**(3 Punkte)**

Die Schweiz scheint ein interessanter Zielmarkt für Piaggio und den P 104 zu sein. Nennen Sie Kriterien, die diesen Zielmarkt interessant erscheinen lassen.

Aufgabe 3 Differenzierung und Positionierung**3.1.****(6 Punkte)**

Über welche Differenzierungsansätze sollte Piaggio in erster und in zweiter Priorität das neue Produkt in der Schweiz einführen. Nennen Sie 5 konkrete Ausgestaltungselemente und begründen Sie Ihre Wahl.

3.2.**(4 Punkte)**

Über welche Faktoren positionieren Sie das neue Fahrzeug gegenüber der indirekten Konkurrenten wie „Roller“ und Smart. Begründen Sie kurz Ihre Wahl.

Aufgabe 4 Ideengewinnung**(3 Punkte)**

Welche 2 Methoden zur Ideengewinnung empfehlen Sie bei der Suche nach einem Produktnamen. (P104 ist nur ein Arbeitsname). Begründen Sie Ihre Empfehlung.

Aufgabe 5 Marketingstrategien in der Einführungsphase**(4 Punkte)**

Sie kennen vier Marketingstrategien für die Einführungsphase. Wählen Sie eine Marketingstrategie aus und begründen Sie Ihre Entscheidung.

Aufgabe 6 Entscheidung zur Art des Markteinstiegs**(4 Punkte)**

Welche Art des Markteinstiegs empfehlen Sie für den neuen P 104 ? Begründen Sie Ihre Entscheidung.

Aufgabe 7 Markenentscheidungen**(6 Punkte)**

Es stehen Ihnen unterschiedliche Marken, wie Piaggio, Gilera, Puch und Vespa aus dem Konzern zur Verfügung. Nennen Sie 4 Kriterien, die Ihren Entscheid zur Markenwahl beeinflussen und wählen Sie eine Marke für den P104. Begründen Sie Ihre Entscheidung.

Aufgabe 8 Produktbegleitende Dienstleistungen (10 Punkte)

Nennen Sie 5 konkrete, produktbegleitende Dienstleistungen, die für den künftigen Käufer des P104 wichtig sein könnten. Begründen Sie Ihre Wahl.

Aufgabe 9 Erstmalige Preisbildung (4 Punkte)

Welche Strategieposition im Preis-Qualitäts-Wettbewerb wählen Sie für den P 104 ? Begründen Sie Ihren Vorschlag.

Aufgabe 10 Planung und Management des Distributionssystems (4 Punkte)

Auf welche 2 Funktionen im Distributionssystem sollte in unserem Fall Wert gelegt werden und warum ?

Aufgabe 11 Distributionspartner (4 Punkte)

Welche der 3 Strategien bei der Entscheidung, mit wie vielen Distributionspartnern wir zusammenarbeiten wollen, wählen Sie? Begründen Sie Ihre Wahl.

Aufgabe 12 Multikanalsysteme (4 Punkte)

Ihr Vorgesetzter schlägt ein Multikanal-Marketingsystem vor. Nennen Sie je 2 Vor- resp. Nachteile dieses Systems.

Aufgabe 13 Distributionssysteme (12 Punkte)

Wir entscheiden uns für den Aufbau eigener Piaggio-Centers für den Verkauf an den Endkäufer in der Schweiz und wählen ein Franchise-System. Die Standorte sind für uns wichtig. Nennen Sie 6 Anforderungen, die ein Standort erfüllen sollte und begründen Sie diese Wahl.

Aufgabe 14 Werbekonzept (16 Punkte)

Im Rahmen der Entwicklung eines Werbekonzeptes sind folgende Teilaufgaben zu lösen:

- a) Beschreiben Sie Ihre Kernzielgruppe mittels 4 Kriterien (4 Punkte),
- b) geben Sie die 4 wichtigsten Werbeziele für das erste Jahr an (4 Punkte),
- c) formulieren Sie eine kurze Werbebotschaft (4 Punkte) und
- d) nennen Sie 4 entsprechend geeignete Werbeträger (4 Punkte).

Ihre Entscheidung ist jeweils zu begründen.

Aufgabe 15 Verkaufsförderungskonzept**(8 Punkte)**

Erarbeiten Sie in diesem Zusammenhang 4 Verkaufsförderungsmassnahmen auf der Stufe Absatzmittler für das erste Jahr der Einführung. Zeigen Sie dabei auf, welche Ziele Sie damit verfolgen.

Lösungsblätter:

