Provkonstruktion

Årskurs: Gymnasiet
Ämne eller kurs: Service och bemötande 1
Tema: Marknadsföring inom serviceyrken

Syfte

Syftet med detta prov är att bedöma elevernas förståelse av marknadsföringens roll och strategier inom serviceyrken. Eleverna ska kunna relatera teori till praktiska exempel och visa sin förmåga att analysera marknadsföringsmetoder och deras påverkan på kvinrelationer och servicekvalitet.

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Undervisningen ska fokusera på marknadsföringens betydelse och olika strategier inom servicebranschen. Eleverna ska lära sig om hur man kan attrahera och behålla kunder genom effektiv marknadsföring och hur servicekvalitet kan stärka varumärket.

Kunskapskrav

Eleven kan beskriva grundläggande begrepp och metoder inom marknadsföring som är relevanta för serviceyrken. Eleven kan också ge exempel på hur marknadsföringen kan påverka kundrelationer och servicekvalitet.

Prov

Faktafrågor

1. Vad innebär marknadsföring?

- A) Endast reklam
- B) Att göra varor synliga
- C) Att bygga relationer med kunder
- **D) Att förstå kundernas behov**

2. Vilken strategi handlar om att rikta sig till en specifik målgrupp?

- **A) Segmentering**

- B) Positionering
- C) Branding
- D) Marknadsundersökning

3. Vad är syftet med positionering i marknadsföring?

- A) Att skapa reklam
- **B) Att särskilja företaget från konkurrensen**
- C) Att locka nya kunder
- D) Att öka försäljningen

4. Vilken aspekt av servicekvalitet handlar om att överträffa kundens förväntningar?

- A) Tillgänglighet
- **B) Serviceöverlägsenhet**
- C) Förtroende
- D) Kundsupport

5. Vad är en viktig faktor för att bygga lojalitet bland kunder?

- A) Låga priser
- **B) Kvalitativ service**
- C) Många reklamkampanjer
- D) Produkternas utseende

6. Vilken av följande är inte en del av en marknadsföringsstrategi?

- A) Målgruppsanalys
- B) Branding
- **C) Produktutveckling**
- D) Kommunikationsplan

7. Vad kan en marknadsundersökning hjälpa ett företag att göra?

- A) Minska kostnader
- **B) Förstå kundernas behov och beteenden**
- C) Skapa reklamkampanjer
- D) Analysera konkurrenter

8. Vilken marknadsföringstaktik innebär att skapa en stark visuell identitet?

- A) PR-arbete
- B) Kundrelationer
- **C) Branding**
- D) Strategisk allianser

9. Vilken av följande faktorer påverkar mest hur nöjda kunder är med en tjänst?

- A) Tjänstens pris
- **B) Kvaliteten på servicen som ges**
- C) Antalet tjänster företaget erbjuder
- D) Företagets reklam

10. Vad är en viktig fördel med att skapa kundlojalitet?

- **A) Återkommande kunder**
- B) Större utbud av produkter
- C) Fler annonser
- D) Högre marknadsföringskostnader

11. Vilken metod används för att identifiera och analysera kundernas behov?

- A) SWOT-analys
- **B) Marknadsundersökning**
- C) Benchmarking
- D) Produktutveckling

12. Vad betyder det att fokusera på tjänsteorienterad marknadsföring?

- **A) Att leverera värde genom att möta kunders behov**
- B) Att erbjuda produkter till lägsta pris
- C) Att minska marknadsföringskostnader
- D) Att använda traditionell reklam

13. Vilken av följande är inte en del av kundupplevelsen?

- A) Förväntningar
- **B) Priser**
- C) Mottagande av tjänst
- D) Feedback

14. Vilken faktor är mest kritisk för serviceföretag när det kommer till kundtjänst?

- A) Antalet anställda
- **B) Lyhördhet för kundens behov**
- C) Företagets storlek
- D) Tjänsteutbud

15. Vilken av följande strategier kräver mest interaktion med kunder?

- **A) Tjänsteförsäljning**

- B) Produktlansering
- C) Kostnadsreducering
- D) Varumärkesarbete

Resonerande frågor

1. Hur kan marknadsföring användas för att skapa ett starkt varumärke inom servicebranschen?

Syftet är att bedöma elevens förmåga att analysera och förstå sambanden mellan marknadsföring och varumärkesbyggande.

2. Ge exempel på hur ett företag kan anpassa sin marknadsföring efter olika målgrupper.

Denna fråga ger elever möjlighet att visa sin förståelse för segmentering och kundanpassad marknadsföring.

3. Diskutera hur servicekvalitet påverkar kundernas lojalitet.

Frågan syftar till att bedöma elevens analysförmåga kring relationen mellan service och kundnöjdhet.

4. Hur kan sociala medier användas som verktyg i marknadsföring inom serviceyrken?

Elevens svar kan visa deras insikt i moderna marknadsföringsstrategier och kundinteraktion.

5. På vilket sätt kan företag mäta effektiviteten av sina marknadsföringskampanjer?

Denna fråga testar elevens kunskap om olika metoder för att utvärdera marknadsföringseffekter.

6. Diskutera vikten av kundfeedback i utvecklingen av marknadsföringsstrategier.

Genom att svara på denna fråga kan eleven visa sin förståelse för feedbackens roll i tjänsteutveckling.

7. Ge exempel på en framgångsrik marknadsföringskampanj inom servicebranschen och analysera dess effektivitet.

Denna fråga gör det möjligt för elever att demonstrera sin förmåga att tillämpa teori på konkreta fall.

8. Hur kan kulturella faktorer påverka marknadsföringsstrategier för

serviceföretag?

Allmänna avslutande reflektioner kring hur externa faktorer påverkar marknadsföring ger djupare insikter i det komplexa landskapet av serviceyrken.

Bedömning

Faktafrågor ger sammanlagt 15 poäng och resonerande frågor ger sammanlagt 16 poäng.

För betyg E krävs minst 8 poäng, för betyg C minst 12 poäng (varav minst 3 poäng från resonerande frågor) och för betyg A minst 18 poäng (varav minst 5 poäng från resonerande frågor).

Tags: Prov