

Logbog: Marketing Management Simulation

År 1

1.1. Analyse af det netop afsluttede år og virksomhedens situation pt.

1.1.1. Analyse af det netop afsluttede år:

Gik det som forventet (hvorfor/hvorfor ikke), hvilke positive resultater har vi opnået, hvad kunne vi have gjort anderledes, hvad har vi lært, som vi kan bruge fremadrettet...?

Ikke relevant v. år 1

1.1.2. Analyse af virksomhedens finansielle resultater og situation pt.:

Har vi vækst, tjener vi penge, har vi en sund økonomi, hvilke risici skal vi være opmærksomme på...?

- Vi har ikke vækst og tjener ikke penge og omsætningen ved gross profit er ikke så høj

Analysér finansiell situation v. start år 1

1.2. Strategiske og taktiske mål og beslutninger for det kommende år

1.2.1. De strategiske mål og valg I har truffet mhp. næste år

- Markeder (mål og valg): Lægger ikke særlig godt og lægger stærkt på det asiatiske
- Kunder (mål og valg): Ramme trendy og tech savvy
- Konkurrenter (mål og valg): Rød
- Andet (mål og valg):

1.2.2. De taktiske valg I har truffet mhp. næste år

Marketing mix:

- Produkt (mål og valg): Bredere sortiment
- Pris (mål og valg): Varierende
- Distributionskanaler (mål og valg):
- Markedsføring (mål og valg): Bruge færre penge på markedsføring
- Andet (mål og valg):

1.2.3. De valg I har truffet omkring bæredygtighed mhp. næste år

- Leverandører (mål og valg): Vi har valgt micro technologies, og det er fint nok, da vi lægger fint ved bæredygtighed.
- Emballage (mål og valg): Samme pakning for alle produkter - den billige
- Andet (mål og valg):

1.3. Forventninger til næste år og de kommende år

1.3.1. Hvad er jeres langsigtede strategi?

- Bedre markedsandel på det europæiske marked

1.3.2. Hvad forventer I at jeres valg vil betyde for næste år og de kommende år?

- Hvis vi lægger bedre på det europæiske marked, vil vi have store dele af hele verden

År 2

2.1. Analyse af det netop afsluttede år og virksomhedens situation pt.

2.1.1. Analyse af det netop afsluttede år:

Gik det som forventet (hvorfor/hvorfor ikke), hvilke positive resultater har vi opnået, hvad kunne vi have gjort anderledes, hvad har vi lært, som vi kan bruge fremadrettet...?

- Flot præsentation på det asiatiske marked, dog er vores sales forecast alt for højt.
- Stor markedsandel på det asiatiske marked.
- Brede sortiment kan ramme en bredere målgruppe

2.1.2. Analyse af virksomhedens finansielle resultater og situation pt.:

Har vi vækst, tjener vi penge, har vi en sund økonomi, hvilke risici skal vi være opmærksomme på...?

- Vores økonomi er ikke så god, og tjener ikke penge
- Vi har vækst på det asiatiske marked, hvor vi har produkter i top 5 og et produkt på første plads.

2.2. Strategiske og taktiske mål og beslutninger for det kommende år

2.2.1. De strategiske mål og valg I har truffet mhp. næste år

- Markeder (mål og valg): Større markedsandel på det europæiske marked
- Kunder (mål og valg): Bygge på trendy og tech savy på det asiatiske marked
- Konkurrenter (mål og valg): Orange er vores største konkurrent som ligger meget tæt på os og der vil vi konkurrere med trendy og tech savy og forsøge at overtage deres markedsandel

- Andet (mål og valg):

2.2.2. De taktiske valg I har truffet mhp. næste år

Marketing mix:

- Produkt (mål og valg): Bredere sortiment
- Pris (mål og valg): Varierende
- Distributionskanaler (mål og valg):
- Markedsføring (mål og valg): Bruge færre penge på markedsføring
- Andet (mål og valg):

2.2.3. De valg I har truffet omkring bæredygtighed mhp. næste år

- Leverandører (mål og valg): Vi har valgt micro technologies, og det er fint nok, da vi lægger fint ved bæredygtighed.
- Emballage (mål og valg): Samme pakning for alle produkter - den billige
- Andet (mål og valg):

2.3. Forventninger til næste år og de kommende år

2.3.1. Hvad er jeres langsigtede strategi?

- Bedre markedsandel på det europæiske marked

2.3.2. Hvad forventer I at jeres valg vil betyde for næste år og de kommende år?

- Hvis vi lægger bedre på det europæiske marked, vil vi have store dele af hele verden

År 3

3.1. Analyse af det netop afsluttede år og virksomhedens situation pt.

3.1.1. Analyse af det netop afsluttede år:

Gik det som forventet (hvorfor/hvorfor ikke), hvilke positive resultater har vi opnået, hvad kunne vi have gjort anderledes, hvad har vi lært, som vi kan bruge fremadrettet...?

det gik nogenlunde som forventet da vi fik mere salg, men dog har vi stadig udfordringer med omkostningerne som stadig er høje og vi har tabt markedsandel,

3.1.2. Analyse af virksomhedens finansielle resultater og situation pt.:

Har vi vækst, tjener vi penge, har vi en sund økonomi, hvilke risici skal vi være opmærksomme på...?

vi er stadig i minus, men vi har forbedret os i form af sidste runde har vi tabt 60.000 og nu taber 30.000

3.2. Strategiske og taktiske mål og beslutninger for det kommende år

3.2.1. De strategiske mål og valg I har truffet mhp. næste år

- Markeder (mål og valg): lave endnu et produkt og ramme tech savvy og trendy i asien og europa vil vi ramme trendy socially conscious
- Kunder (mål og valg): ramme tech savvy og trendy i asien og europa vil vi ramme trendy socially conscious
- Konkurrenter (mål og valg): slå nyankomne grå gruppe og tage tronen som virksomheden med største andel i asien
- Andet (mål og valg):

3.2.2. De taktiske valg I har truffet mhp. næste år

Marketing mix:

- Produkt (mål og valg): ny sporty telefon
- Pris (mål og valg): ændre priser
- Distributionskanaler (mål og valg): vi anbringer endnu en producent så vi har mere kvalitet
- Markedsføring (mål og valg): flere penge på markedsføring for det har ikke fungeret endnu
- Andet (mål og valg):

3.2.3. De valg I har truffet omkring bæredygtighed mhp. næste år

- Leverandører (mål og valg): vi anbringer endnu en producent så vi har mere kvalitet
- Emballage (mål og valg): vi har skiftet til produkt specific packaging
- Andet (mål og valg):

--

3.3. Forventninger til næste år og de kommende år

3.3.1. Hvad er jeres langsigtede strategi?

at stige på europæiske markede og stadig stå først på det asiatiske

3.3.2. Hvad forventer I at jeres valg vil betyde for næste år og de kommende år?

- konstant stigning

År 4

4.1. Analyse af det netop afsluttede år og virksomhedens situation pt.

4.1.1. Analyse af det netop afsluttede år:

Gik det som forventet (hvorfor/hvorfor ikke), hvilke positive resultater har vi opnået, hvad kunne vi have gjort anderledes, hvad har vi lært, som vi kan bruge fremadrettet...?

- Det er gået bedre end forventet, formålet var sidste gang at vi skulle formindske vores omkostninger ved at få endnu en leverandør. Vi sænkede priserne for nogle af vores produkter, og lancerede et nyt produkt. Vi brugte flere penge på promovring, hvilket har hjulpet.

4.1.2. Analyse af virksomhedens finansielle resultater og situation pt.:

Har vi vækst, tjener vi penge, har vi en sund økonomi, hvilke risici skal vi være opmærksomme på...?

- Vi har 110 i plus
- Dog skal vi fikse vores "Sales forecast" som er op mod de 80 pct., hvilket er alt for højt og negativt

4.2. Strategiske og taktiske mål og beslutninger for det kommende år

4.2.1. De strategiske mål og valg I har truffet mhp. næste år

- Markeder (mål og valg):
- Kunder (mål og valg):
- Konkurrenter (mål og valg):
- Andet (mål og valg):

4.2.2. De taktiske valg I har truffet mhp. næste år

Marketing mix:

- Produkt (mål og valg):
- Pris (mål og valg):
- Distributionskanaler (mål og valg):
- Markedsføring (mål og valg):
- Andet (mål og valg):

4.2.3. De valg I har truffet omkring bæredygtighed mhp. næste år

- Leverandører (mål og valg):
- Emballage (mål og valg):
- Andet (mål og valg):

4.3. Forventninger til næste år og de kommende år

4.3.1. Hvad er jeres langsigtede strategi?

4.3.2. Hvad forventer I at jeres valg vil betyde for næste år og de kommende år?

År 5

5.1. Analyse af det netop afsluttede år og virksomhedens situation pt.

5.1.1. Analyse af det netop afsluttede år:

Gik det som forventet (hvorfor/hvorfor ikke), hvilke positive resultater har vi opnået, hvad kunne vi have gjort anderledes, hvad har vi lært, som vi kan bruge fremadrettet...?

5.1.2. Analyse af virksomhedens finansielle resultater og situation pt.:

Har vi vækst, tjener vi penge, har vi en sund økonomi, hvilke risici skal vi være opmærksomme på...?

5.2. Strategiske og taktiske mål og beslutninger for det kommende år

5.2.1. De strategiske mål og valg I har truffet mhp. næste år

- Markeder (mål og valg):
- Kunder (mål og valg):
- Konkurrenter (mål og valg):
- Andet (mål og valg):

5.2.2. De taktiske valg I har truffet mhp. næste år

Marketing mix:

- Produkt (mål og valg):
- Pris (mål og valg):
- Distributionskanaler (mål og valg):
- Markedsføring (mål og valg):
- Andet (mål og valg):

5.2.3. De valg I har truffet omkring bæredygtighed mhp. næste år

- Leverandører (mål og valg):
- Emballage (mål og valg):
- Andet (mål og valg):

5.3. Forventninger til næste år og de kommende år

5.3.1. Hvad er jeres langsigtede strategi?

5.3.2. Hvad forventer I at jeres valg vil betyde for næste år og de kommende år?

6.0 Samlet refleksion

Reflekter samlet over alle år indtil nu.

Brug screenshots, grafer mm. til at illustrere.

6.1. Jeres resultater og økonomiske situation

- Placering og aktiekurs:
- Regnskab:
- Successer:
- Fiaskoer:
- Refleksion over resultater og økonomisk situation:

6.2. Jeres vigtigste strategiske og taktiske beslutninger.

Vækststrategi

- Markeder (mål og valg):
- Kunder (mål og valg):
- Konkurrenter (mål og valg):
- Andet (mål og valg):

Marketing mix

- Produkt (mål og valg):
- Pris (mål og valg):
- Distributionskanaler (mål og valg):
- Markedsføring (mål og valg):
- Andet (mål og valg):

Bæredygtighed

- Leverandører (mål og valg):
- Emballage (mål og valg):
- Andet (mål og valg):

6.3. Fremtiden

- Hvis I skulle fortsætte simulationen, hvad ville så være jeres langsigtede strategi?
- Er der noget I har satset på eller investeret i, som I forventer først at se den fulde effekt af i de kommende år?
- Andet?

6.3. Refleksion

- Hvad har vi lært?
- Hvad ved vi mere om nu?
- Hvad kan vi gøre nu, som vi ikke kunne gøre før?
- Hvordan er vi blevet bedre markedsføringsmedarbejdere?
- Andet?