

DEFINITIEVE ANTWOORDEN

Copyright NIMA

Nederlands Instituut voor Marketing
In het hart van de marketing
Asserring 188
1187 KL Amstelveen

Correspondentie adres:
Postbus 9072, 1180 MB Amstelveen

ANTWOORDEN MODULE A1, ONDERDEEL 1

1	C	6	B	11	A	16	D	21	C	26	C
2	D	7	B	12	A	17	B	22	A	27	C
3	C	8	B	13	B	18	D	23	A	28	A
4	C	9	A	14	D	19	C	24	C	29	B
5	A	10	A	15	A	20	B	25	C	30	C

Rekenopgaven uitgewerkt:
Vraag 4

		Jaar			
		2008 kwartaal 1	2008 kwartaal 2		
Banken	Omzet	€ 13.500,00	€ 17.000,00	€ 30.500,00	23%
	Kostprijs	€ 13.500,00	€ 10.000,00	€ 23.500,00	
Tafels	Omzet	€ 40.000,00	€ 40.000,00	€ 80.000,00	19%
	Kostprijs	€ 35.000,00	€ 30.000,00	€ 70.000,00	
Stoelen	Omzet	€ 14.000,00	€ 20.000,00	€ 34.000,00	25%
	Kostprijs	€ 12.000,00	€ 13.500,00	€ 25.500,00	
Accessoires	Omzet	€ 4.000,00	€ 5.000,00	€ 9.000,00	17%
	Kostprijs	€ 3.500,00	€ 4.000,00	€ 7.500,00	

Vraag 8

104.000 : 52 weken = 2.000 stuks per week gemiddeld. $(1900/2000) * 100 = 95\%$

Vraag 10

Berekening bonus:

Grossiersinkoopprijs 65% van € 650.000 = € 422.500

Bonus wordt:

1% van € 200.000 = € 2.000

2% van € 200.000 = € 4.000

3% van € 22.500 = € 675

Totale bonus voor de grossier over dat jaar € 6.675

Vraag 14

7 Miljoen totaal + (4 miljoen De Telegraaf + (2*2) miljoen – 2 miljoen TV) + (5 miljoen - 4 miljoen) = 14 miljoen.

Vraag 17

Kosten per duizend bereikte personen in de doelgroep:

Linda: $\text{€} 6.000 / (80.000 + 30\% \text{ van } 70.000 + 20\% \text{ van } 20.000) = \text{€} 6.000 / 105 = \text{€} 57,14$

Roos: $\text{€} 5.000 / (70.000 + 30\% \text{ van } 70.000) = \text{€} 5.000 / 91 = \text{€} 54,95$

Jessica: $\text{€} 4.000 / (20.000 + 20\% \text{ van } 20.000) = \text{€} 4.000 / 24 = \text{€} 166,67$

Katja: $\text{€} 6.000 / 100.000 = \text{€} 60$

Op basis van het criterium 'kosten per duizend' gaat de voorkeur uit naar Roos.

Vraag 22

$100.000 * (0,01 * \text{€} 100) = \text{€} 100.000,-$

Vraag 26

Kosten: $\text{€} 2.500 + 3.000 * \text{€} 5,50 + X * \text{€} 60,00 = \text{€} 19.000 + X * \text{€} 60,00$.

Opbrengsten: $0,20 * X * \text{€} 500,00 = X * \text{€} 100,00$.

Break-even als kosten = opbrengsten: $\text{€} 19.000 + X * \text{€} 60,00 = X * \text{€} 100,00$. Ofwel

$\text{€} 19.000,00 = X * \text{€} 40,00$. $X = \text{€} 19.000 : \text{€} 40,00 = 475$.

Het break-even responspercentage is dan: $475 : 3.000 * 100 \% = 15,8\%$.

Vraag 29

SI = 0,8

OA = 30%

OD = 70%

$OD * SI = GD * OA = MA$ dus $70\% * 0,8 = 56\%$

ANTWOORDEN MODULE A1, ONDERDEEL 2

31	C	36	D	41	A
32	C	37	A	42	A
33	A	38	B	43	D
34	D	39	C	44	B
35	A	40	A	45	B

Rekenopgaven uitgewerkt:

Vraag 34

$$120/150 * 100 = 80$$

Vraag 35

$$\% \text{ 14 jarige dat kaartje koopt: } (510/7340) * 100 = 6,94822\%$$

$$1 - 0,22 = 0,78$$

$$0,78 * 7340 = 5725,20$$

$$= 5725,20 * 0,0694822 = 397,79 \Rightarrow 397$$

510-397= 113 kaartjes te weinig die verkocht moeten worden in de overige leeftijdsklassen die niet eerder hebben gekocht

Vraag 38

CPC=costs per click=

Spelen.nl $(0,25 * 1.200.000) * 0,04 = 12.000$	$2.500/12.000 = 0,208$
Fashion.nl $(0,35 * 1.700.000) * 0,03 = 17.850$	$5.500/17.850 = 0,308$
Games.nl $(0,30 * 1.400.000) * 0,04 = 16.800$	$3.000/16.800 = 0,178$
Trend.nl $(0,32 * 1.500.000) * 0,02 = 9.600$	$2.800/9.600 = 0,2916$

Vraag 45

Extra hoeveelheid = 9000 stuks.

Procentuele verandering van de hoeveelheid = 30%

Bij een prijselasticiteit van -2 is de procentuele prijsverandering -15%

Bij een oude prijs van €32,95 wordt de nieuwe prijs:

$$85\% \times €32,95 = €28,-$$