

שיווק וקידום מכירות ג'

שתי יחידות לימוד

הוראות לנבחן

א. משך הבחינה: שלוש שעות.

ב. מבנה השאלון ומפתח ההערכה: בשאלון זה שני פרקים:

פרק ראשון	40 נקודות
פרק שני	60 נקודות
סה"כ	100 נקודות

ג. חומר עזר מותר לשימוש: אין.

ד. הוראות מיוחדות: ענה על מספר השאלות הנדרש בשאלון. המעריך יקרא ויעריך את מספר התשובות הנדרש בלבד, לפי סדר כתיבתן במחברתך, ולא יתייחס לתשובות נוספות.

בשאלון זה 5 עמודים.

ההנחיות בשאלון זה מנוסחות בלשון זכר, אך מכוונות הן לנבחנות והן לנבחנים.

בהצלחה!

המשך מעבר לדף ◀

השאלות

פרק ראשון (40 נקודות)

קרא את האירוע שלפניך וענה על ארבע מבין השאלות 1–6 שלאחריו
(לכל שאלה – 10 נקודות).

"בית בשלט" הוא מערכת ממוחשבת המפעילה את המכשירים החשמליים הנמצאים בבית ומשדרת מידע על הפעלתם לבעל הבית. באמצעות המערכת ניתן להפעיל או להפסיק את פעולתם של מכשירים חשמליים יחידים או של קבוצת מכשירים במקביל. לדוגמה, פתיחה או סגירה של תריס חשמלי אחד או יותר, או הפעלת מזגן טרם ההגעה הבייתה. אפשר להפעיל את המערכת מתוך הבית וגם באמצעות הטלפון הנייד, בעת שנמצאים מחוץ לבית בארץ או בחו"ל.

לאחרונה התקיימה בארץ תערוכת טכנולוגיה. בתערוכה נטלה חלק גם חברת "ביטחון לכול", המשווקת את מערכת "בית בשלט". במסגרת התערוכה הדגימה החברה את אחת מפעילויות מערכת "בית בשלט". בין המבקרים בתערוכה היו נציגים של חברות שונות מן הארץ ומחו"ל שהביעו את רצונם להפיץ בארצם את מערכת "בית בשלט".

שאלה 1

ציין באיזה שלב **בפיתוח של מוצר חדש** נמצאת מערכת "בית בשלט" ונמק את תשובתך. ציין **שני** שלבים נוספים בפיתוח מוצר חדש והסבר אותם.

שאלה 2

חברת "ביטחון לכול" ראתה בהתעניינות הגוברת במערכת "בית בשלט" הזדמנות שיווקית. ציין **אחד** מן הגורמים המאיצים את פיתוח מערכת "בית בשלט". הסבר את הגורם שצינת.

שאלה 3

מחזור חיי המוצר מתאר את השלבים שעובר המוצר במהלך חייו: חדירה, צמיחה, בגרות, דעיכה. ציין באיזה שלב נמצאת מערכת "בית בשלט" ופרט **שני** מאפיינים של השלב שציינת.

שאלה 4

חברת "ביטחון לכול" החליטה למתג את מערכת "בית בשלט". הסבר מהו **מותג** וציין **שני** יתרונות שמעניק שם מותג לחברה.

שאלה 5

מערכת "בית בשלט" היא מוצר חדש בשוק המערכות הביתיות. סווג את המערכת הזו לפי **סוגי לקוחות** ולפי **התנהגות הקנייה** של הלקוחות. הסבר את תשובתך.

שאלה 6

בתהליך האימוץ של מוצר חדש ישנם חמישה שלבים: מודעות, התעניינות, הערכה, ניסוי ואימוץ. בחר **שניים** מן השלבים, ותאר כיצד כל שלב שבחרת בא לידי ביטוי בתהליך האימוץ של מערכת "בית בשלט".

פרק שני (60 נקודות)

ענה על ארבע השאלות 7-13 (לכל שאלה – 15 נקודות).

שאלה 7

חברת "קל נייד", חברה ישראלית, המייצרת מכשירי טלפון ניידים חדשניים, מעוניינת לבחון מכירה של מכשיר חדש בעזרת ניתוח SWOT.

(7 נק') א. ציין את **ארבעת** מרכיביו של ניתוח SWOT. הסבר את חשיבות הניתוח הזה לארגון.

(8 נק') ב. בחר **שניים** ממרכיביו של ניתוח SWOT, ותאר כיצד כל אחד מן המרכיבים שצינת בא לידי ביטוי במכירת הטלפון הנייד בחברת "קל נייד".

שאלה 8

חברת "דיור לכול" החלה בבניית אלפי דירות במגוון פרויקטים חדשים בכל רחבי הארץ. החברה החליטה לנקוט אסטרטגיה של הובלה בעלות כדי לגבור על מתחורתיה.

(7 נק') א. הסבר בקצרה מהי **אסטרטגיית הובלה בעלות**.

(8 נק') ב. ציין **שתי** דרכים שבהם יכולה חברת "דיור לכול" ליישם את אסטרטגיית ההובלה בעלות.

שאלה 9

בדיקה שערכה אחת מרשתות המזון הגדולות הראתה כי קיימים פערים בין מחירי המוצרים שלה במרכז הארץ למחירי המוצרים שלה בדרום הארץ.

(7 נק') א. הסבר מהי **אפליית מחירים**.

(8 נק') ב. ציין מהו סוג אפליית המחירים שנוקטת רשת המזון הזאת, והסבר אותו.

שאלה 10

רשת חנויות האופנה "צבעוני לי" מעוניינת לתמחר את מוצריה לקולקציית הקיץ על-פי המתחרים בענף.

(7 נק') א. הסבר מהי **המחרת חיקוי** (המחרת מחיר מקובל).

(8 נק') ב. ציין **שני** שיקולים שחברה מביאה בחשבון בבואה לקבוע את מחיר המוצר שלה, והסבר **אחד** מהם.

שאלה 11

ממשלת ישראל פועלת להפחית את זיהום האוויר הנוצר מפליטת עשן מכוניות. לפיכך היא החליטה להוריד את המכס על מכשיר טכנולוגי מתקדם המותקן במכוניות והמיועד לצמצם את זיהום האוויר מהן.

(7.5 נק') א. ציין **שתי** סביבות שיווקיות שיושפעו מהחלטת ממשלת ישראל להוריד את המכס והסבר **אחת** מהן.

(7.5 נק') ב. הסבר **שני** מאפיינים של הסביבה הדמוגרפית.

שאלה 12

מודל **חמשת הכוחות של פורטר** בודק את סיכוי הרווחיות בכל ענף (אטרקטיביות הענף).

(7.5 נק') א. ציין **שני** מצבים שבהם הענף **אינו** אטרקטיבי בשל כוח המיקוח של הקונים (הלקוחות).

(7.5 נק') ב. ציין **שני** מצבים אפשריים שבהם מחסומי הכניסה לענף נמוכים.

שאלה 13

חברה לשיווק ירקות מפיצה את מוצריה בשני צינורות עיקריים:

– באמצעות סוכנים המשווקים לחנויות, ודרכם – ללקוח הסופי

– ישירות ללקוח הסופי

(7.5 נק') א. הסבר איזה **קונפליקט אנכי** עשוי להיווצר **בצינור השיווק** של חברה זו.

(7.5 נק') ב. הסבר איזה **קונפליקט רב-ערוצי** עשוי להיווצר **בצינור השיווק** של חברה זו.

בהצלחה!