

■ Opgave 1

Intel waagt gokje met solide merknaam

Intel gaat consumentenproducten op de markt brengen. Deze week presenteert de chipfabrikant een digitale walkman en de WebTablet, een draadloos schermje waarmee je vanuit de keuken of vanaf de bank op Internet kunt surfen. Eerder al lanceerde het bedrijf het draadloze toetsenbord en een digitale camera.

Het Amerikaanse concern hoopt gebruik te kunnen maken van het imago dat het opbouwde met de 'Intel Inside' reclamecampagne. Een computer met een Intelprocessor is een betrouwbare computer, luidde de boodschap. De campagne sloeg aan. Tegenwoordig zit in bijna 90 procent van de pc's een Intelprocessor.

Omdat de pc-markt steeds langzamer groeit en consumenten bovendien minder behoefte hebben aan nog snellere processoren, heeft Intel besloten zijn bakens te verzetten. In de nieuwe producten spelen de chips van Intel een belangrijke rol. Het belangrijkste argument voor de nieuwe producten is dat de handel daarin - volgens Intel - veel sneller groeit dan de pc-markt. Maar kun je een merknaam zomaar voor een ander product gebruiken?

bron: De Volkskrant

- 2p 1 In welke fase van de productlevenscyclus bevindt de personal computer (pc) zich volgens het krantenartikel? Motiveer het antwoord.

Intel gaat consumentenproducten als de digitale walkman en de WebTablet op de markt brengen onder de merknaam Intel. Zij zullen via de gebruikelijke kanalen (groothandel en detailhandel) op de consumentenmarkt gebracht worden.

- 1p 2 Tot welk onderdeel van de marketingmix wordt het merkenbeleid gerekend?
2p 3 Geef twee voordelen die Intel heeft van het op de markt brengen van zijn consumentenproducten onder de merknaam Intel.