higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 2

12 November 2024

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 7 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Waar
1.2 Onwaar
1.3 Waar
1.4 Onwaar
1.5 Onwaar
1.6 Waar
1.7 Waar
1.8 Waar
1.9 Waar
1.10 Onwaar
1.11 Waar
1.12 Onwaar
1.13 Onwaar
1.14 Waar
1.15 Onwaar

(15 × 1) **[15]**

VRAAG 2

2.1 Waarneming
2.2 Versoening
2.3 Opnames
2.4 Bemiddeling
2.5 Eksperimentering
2.6 Besigheid-tot-besigheid
2.7 Verwysingsnommer
2.8 Briefhoof
2.9 Fokusgroep
2.10 Besigheid-tot-verbruiker
2.11 Persoonlike onderhoude
2.12 Posopname
2.13 Kinesika
2.14 Proksemiek
2.15 Geskrewe kommunikasie

(15 × 1) **[15]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 3.1.1

- Lig in
- Aktiveer
- Oorreed
- Herinner (4)

3.1.2

- Bereik groot geografies verspreide gehore.
- Stel 'n nuwe produk bekend.
- Laat toe dat geadverteerde goedere deur kliënte as meer geldig beskou word.
- Maak kliënte bewus van die maatskappy en die handelsmerk.
- Bou die handelsmerk se beeld.
- Stimuleer die handelsmerk se beeld.
- Maak voorsiening vir onpersoonlike eenrigtingkommunikasie.

(Enige 5 × 1) (5)

3.2

- Bron/Sender
- Enkodering
- Boodskap
- Medium
- Dekodering
- Gehoor
- Terugvoer
- Geraas (8)

3.3

- Fokus
- Weerspieël
- Tree op
- Meet
- Brei uit (Enige 3 × 1) (3)

Kopiereg voorbehou

3.4 Puntetoekenning word in die tabel hier onder uiteengesit. Dui asseblief die student se punte in die skrif soos volg aan:

Uitleg – (Punt uit 6)
Inhoud – (Punt uit 4)
Totaal - (Punt uit 10) (10)

MAATSTAF	PUNTE	TOTALE PUNTE
Uitleg van die konsep		**6**
Die brief sluit die volgende in: Sender se adres✓ Die ontvanger se adres✓ Datum✓	3	
Groet✓ (Geagte Meneer/Mevrou)	1	
Onderwerp opskrif✓	1	
Die gevolgtrekking sluit in: Die naam en handtekening van die sender✓	1	
Inhoud van die konsepbrief		**4**
Erken ontvangs van die brief✓	1	
Hanteer elke aspek van die klagte✓	1	
Bied 'n oplossing✓	1	
Eindig op 'n positiewe noot deur die kliënt te verseker dat hierdie situasie nie weer sal voorkom nie✓	1	
Totale	**[10]**	**[10]**

[30]

VRAAG 4

4.1
- Aandag✓✓
  Is die pamflet opvallend (gebruik van vet woorde, kleurvolle prente)?
- Interessantheid✓✓
  Hou dit jou lank genoeg geïnteresseerd om jou te laat lees (inligting behoort interessant te wees, soos 'word 'n gekwalifiseerde bemarker'?
- Begeerte✓✓
  Skep dit begeerte vir die kursus?
- Aksie✓✓
  Vertel dit die verbruiker hoe om aksie te neem (met behulp van die kollege aanlyn stelsel of kollegewebwerf)?
- Kopieskryf✓✓✓
  Is die regte woorde gebruik?
  Is die bewoording 'n beroep op hoërskoolleerders?
- Visualiseer✓✓
  Is daar beelde/tekeninge?
- Uitleg✓✓
  Is die uitleg aantreklik? (15)

4.2 Stap 1: Identifiseer markgeleenthede
Stap 2: Kies teikenmark
Stap 3: Markdoelwitte
Stap 4: Ontwikkel markstrategieë
Stap 5: Ontwerp aksieplan
Stap 6: Voer planne uit
Stap 7: Meet resultate
Stap 8: Doen regstellende stappe (8)

4.3
- Bevordering van beeld
- Die verskaffing van inligting
- Skep, verhoog en stabiliseer vraag
- Onderskeidende produkkenmerke en voordele
- Die verskaffing van mededingende differensiasie
- Voorste generasie
- Motivering van personeel (Enige 5 × 1) (5)

4.4 Oortuigende kommunikasie is daarop gemik om✓ 'n ander persoon se oortuigings, houdings en uiteindelik gedrag te verander.✓ (2)
[30]

VRAAG 5

5.1 5.1.1 Verkopebevordering✓✓
5.1.2 Direkte bemarking✓✓
5.1.3 Persoonlike verkope✓✓
5.1.4 Borgskap✓✓
(4 × 2) (8)

5.2 Sokkerliefhebbers, motorliefhebbers, sportliefhebbers, mans✓✓
(Enige relevante antwoord) (Enige 1 × 2) (2)

5.3
- Struktuur
- Duidelikheid
- Konsekwentheid
- Medium
- Relevansie (5)

5.4
- Fisieke hindernis
- Semantiese hindernis
- Kulturele hindernis
- Fisiologiese hindernis
- Sielkundige hindernis
- Hekwagterhindernis
- Perseptuele hindernis (Enige 5 × 1) (5)

Kopiereg voorbehou

5.5
- Bevorder die beeld van die organisasie.
- Stel voornemende kliënte in kennis van die organisasie.
- Wek belangstelling oor die organisasie.
- Oortuig die teikenmark van die voordele en meerderwaardigheid van die produk of diens.
- Bring die teikenmark tot aksie om die produk of diens te koop en om voort te gaan om die produk te koop.
- Herinner die teikenmark aan die produk of dienste wat deur die organisasie aangebied word. (Enige 5 × 1) (5)

5.6
- Eerste indruk
- Persoonlike voorkoms
- Kliëntediens
- Interpersoonlike vaardighede
- Stem
- Luister en waarneem
- Vrae en terugvoer
- Lyftaal (Enige relevante antwoord) (Enige 5 × 1) (5)

[30]

VRAAG 6

6.1 6.1.1 Produk – verwys na goedere, ✓ dienste, ✓ idees of persone.

6.1.2 Prys - verwys na die hoeveelheid geld wat 'n kliënt✓ bereid is om vir 'n produk/diens te betaal.✓

6.1.3 Plek – verwys na waar✓ en hoe die produk versprei word.✓

6.1.4 Promosie – verwys na die kollektiewe aktiwiteite, materiaal en media wat deur die bemarker gebruik ✓word om kliënte in te lig of op te voed oor die organisasie se aanbiedinge.✓

(4 × 2) (8)

6.2
- Respekteer die kliënt.
- Geduld bly 'n kritieke komponent van goeie kliëntediens.
- Verpersoonliking van kliëntediens in die holistiese.
- Hou te alle tye empatie teenoor die kliënt.
- Reageer op kliënte met beide spoed en akkuraatheid.
- Verstaan wat 'n kliënt wil hê.
- Het maatskappybeleide wat klantgerig is.
- Lei werknemers op. (Enige relevante antwoord) (Enige 5 × 1) (5)

Kopiereg voorbehou

6.3
- Gedrukte media✓ – slegs geskrewe woorde soos advertensieborde, koerante en tydskrifte.✓
- Lugskryf✓ - gebruik van 'n vliegtuig met poffertjies letters of woorde wat in die lug brul.✓
- Oudio- en visuele media✓ – hoor en sien soos radio of televisie.✓
- Digitale media✓ – digitale of elektroniese borde.✓
- Buitelugmedia - is advertensies wat buite die huis ervaar word. Dit sluit advertensieborde, muurlandskappe en plakkate in wat gesien word terwyl jy 'onderweg' is. (Enige 4 × 2) (8)

6.4
- Besigheidsbriewe
- Memo's
- Verslae
- Notules
- Telegramme
- Telefoonboodskappe
- Faksboodskappe
- Omsendbriewe (Enige relevante antwoord) (5 × 1) (5)

6.5 A: Aandag
I: Belangstelling
D: Begeerte
A: Aksie (4)
[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou