higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 3

13 November 2024

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 7 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

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

(15 × 1) **[15]**

VRAAG 2

2.1 D
2.2 D
2.3 C
2.4 A
2.5 B
2.6 B
2.7 B
2.8 D
2.9 A
2.10 C
2.11 C
2.12 A
2.13 B
2.14 C
2.15 C

(15 × 1) **[15]**

TOTAAL AFDELING A: 30

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 3.1.1 Wanneer ‘n organisasie betaal om advertensies op enige mediakanaal te plaas.

3.1.2 Wanneer ‘n verkoopsverteenwoordiger met ‘n potensiële kliënt vergader om ‘n verkoopstransaksie te beklink.

3.1.3 Gratis mediadekking vir jou produk, diens of organisasie.

3.1.4 Die handeling om ‘n gebeurtenis, aktiwiteit, persoon of organisasie finansieel of deur die voorsiening van produkte of dienste te ondersteun.

3.1.5 Alles wat ‘n onderneming doen om sy verhouding met sy publiek te handhaaf en verbeter en sy beeld te verbeter.

(5 × 2) (10)

3.2
- Skep handelsmerk-ekwiteit
- Verskaf inligting
- Beïnvloed klantekeuses
- Onderskei die produk
- Posisioneer die produk of handelsmerk (5)

3.3
- Styg bo die massa uit:✓ kreatiwiteit is noodsaaklik om jou handelsmerk, produk of diens van dié van jou mededingers te onderskei.✓
- Om ‘n emosionele band met die klant te kweek:✓ emosies speel ‘n belangrike rol om klante te oortuig om ‘n aankoopbesluite te neem en ‘n verbintenis met die onderneming en sy handelsmerk te bou. Wanneer bemarkingsinhoud kreatief ‘n beroep op klante se emosies doen, sal dit meer waarskynlik effektief wees.✓
- Dit help om handelsmerkbewustheid te bou:✓ kreatiewe bemarking help om handelsmerkbewustheid te bou.✓
- Kostedoeltreffend:✓ belegging in goeie kreatiewe beginsels verseker dat jy die beste waarde uit jou reklamespasie kry, en dat jy met jou doelgehoor omgaan op so ‘n manier dat dit hulle sal help besluit om by jou te koop.✓
- Dit help om die doelmark te bereik:✓ die media wat vir enige bemarkingsaktiwiteit gebruik word, gee vir jou ‘statistiese’ reikwydte. die inhoud wat daarin gebruik word, gee vir jou ‘emosionele’ reikwydte.✓

(Enige 5 × 2) (10)

3.4
- Teken bywoning aan
- Besluite geneem
- Uiteensetting van verbintenisse
- Gebruik die korrekte of ‘n gestruktureerde formaat
- Versprei notule stiptelik (5)

[30]

VRAAG 4

4.1

Eskom ✓

Mediaverklaring:✓

Fase 6-beurtkrag sal vanaf Donderdag 05:00 tot verdere kennisgewing geïmplementeer word.✓

September 4, 2025✓

Maandag, 04 September 2025: Weens die toename in beplande opwekkingsinstandhouding,✓ soos vroeër gekommunikeer en die verlies aan nog twee opwekkingseenhede vandag, sal Fase 6-beurtkrag vanaf Donderdag 05:00 tot verdere kennisgewing geïmplementeer word..✓

Onklaarhede is tans teen 16 210MW van opwekkingskapasiteit, terwyl die 5 894MW se kapasiteit vir die beplande instandhoudingswerk uit diens gestel is.✓

Sedert gister is ‘n opwekkingseenheid elk by Kriel- en Medupi-kragstasie uit diens gestel vir herstelwerk. In dieselfde tydperk is ‘n opwekkingseenheid elk by Arnot-, Kendal-, Kriel- en Lethabo-kragstasie weer in diens gestel.✓

Die vertraging in die herindiensstelling van ‘n opwekkingseenheid elk by Hendrina- en Tutuka-kragstasie dra ook by tot die huidige kapasiteitsbeperkings.✓
Eskom-spanne werk onverpoos om hierdie opwekkingseenhede weer in diens te stel.✓
Ons wil graag diegene bedank wat gehoor gegee het aan die oproep om elektrisiteit spaarsamig en doeltreffend te gebruik, soos om geisers en swembadpompe tussen 14:00 en 21:00 af te skakel✓ aangesien dit help om vraag te verminder en die druk op die kragstelsel te verlig, en sodoende laer beurtkragstadiums moontlik maak.✓

EINDIG ✓
071 711 5555/ 012 222 2222✓
www.eskom.co.za✓ (15)

4.2
- Titel
- Doel
- Datum en plek van opname
- Klantebesonderhede
- Instruksies vir voltooiing van die opname
- Vrae (oop en geslote) (Enige 5 × 1) (5)

4.3



Plek: Maatskappy-raadsaal
Datum: 22 Desember
Tyd: 14:00

AGENDA

1. Opening en verwelkoming ✓
2. Verskonings ✓
3. Nuwe sake ✓
   3.1 Verkoopsyfers; veldtog-evalueringsyfers✓
   3.2 Reklamestrategieë ✓
4. Enige ander sake ✓

5. Aankondiging: Datum van die volgende vergadering ✓

6. Afsluiting ✓

Handtekening: enige handtekening ✓ **Datum: 22 Desember**
Voorsitter

Handtekening: enige handtekening ✓ **Datum: 22 Desember**
Sekretaris

(10)
[30]

VRAAG 5

5.1
- Stop/skep asem:✓ wanneer jy vind dat jy aggressief raak, hou op praat en asem stadig in en uit.✓
- Moenie reageer nie:✓ moenie met aggressie reageer indien iemand in die gehoor jou kwaad maak nie.✓
- Hou die doelwit voor oë:✓ herinner jouself aan jou doelwitte terwyl jy jou aanbieding doen.✓
  Bly gefokus op klantebehoeftes:✓ fokus op klantebehoeftes; die hele aanbieding moet die klant se vrae beantwoord.✓
- Fokus op klandisiewaarde en klantewelwillendheid:✓ fokus daarop om die klant se welwillendheid te behou; onthou: jy wil hê dat die klant jou ondersteun. ✓
- Neem die langtermynvoordele in ag:✓ konsentreer altyd op die langtermynvoordele.✓
- Respekteer die organisasie se beeld:✓ dink aan die organisasie se beeld; as jy jou humeur verloor en aggressief teenoor jou klante optree, sal jou organisasie besigheid verloor.✓ (Enige 5 × 2) (10)

5.2
- Moenie vensters en deure oopmaak nie.
- Moenie selfone gedurende die aanbieding gebruik nie.
- Moenie jou tug op die gehoor draai nie, selfs nie terwyl jy ‘n grafiek of beeld verduidelik nie.
- Moenie buite die gehoor se gesigslyn beweeg nie.
- Moenie aggressiewe bewegings en handgebare gebruik nie.
- Moenie kleurvolle en eksotiese kleure dra nie, tensy dit noodsaaklik is of iets tot jou aanbieding sal toevoeg.
- Moenie die aanbieding doen met los knope, veters of dasse nie. ✓
- Moenie swaar parfuum of grimering dra nie (Enige 5 × 1) (5)

5.3
- Oorhoofse projektors
- Blaaiborde
- Witborde en skryfborde
- Video’s
- Demonstrasies
- Produkmonsters
- Uitstalstaanders
- PowerPoint-aanbiedings (Enige 5 × 1) (5)

5.4
- Fisiese motivering
- Veiligheid-en-sekuriteitmotivering
- Liefde-en-behorendheidmotivering
- Eiewaarde-en-statusmotivering
- Selfverwesenlikingmotivering (5 × 2) (10)

[30]

VRAAG 6

6.1
- Strategiese beplanning en monitering
- Beskerm bates en verskaf finansiële toesig
- Dien op komitees of werksgroepe
- Kies, ondersteun en hersien die hoof uitvoerende beampte se prestasie
- Werwing van direksielede en evaluering van die direksie (5)

6.2
- Alle advertensies moet waar, ordentlik, eerlik en wettig wees.
- Alle advertensies moet op 'n verantwoordelike manier opgestel word.
- Alle advertensies moet die reëls van billike mededinging in besigheid volg.
- Geen advertensies moet die vertroue wat die publiek in advertensies as eerlike bemarkingskommunikasie ondermyn nie.
- Alle advertensies moet aan die wet voldoen en mag nie enigeen aanhits om die wet te oortree nie.
- Geen advertensie mag enigiets bevat wat tot misdadige, onwettige of roekelose aktiwiteite kan lei of dit ondersteun nie. (Enige 5 × 1) (5)

6.3 'n Mondelinge navraag is 'n navraag wat in gesproke woorde gerig word, byvoorbeeld persoonlik of telefonies,✓✓ terwyl 'n skriftelike navraag 'n navraag is wat op skrif gerig word, byvoorbeeld deur middel van 'n brief of e-pos.✓✓ (2 × 2) (4)

6.4
- Dateer die klagte en jou aantekeninge daarop.
- Lees of luister baie aandagtig na die klagte om seker te maak dat jy die redes vir die klagte verstaan.
- Fokus op die werklike redes vir die klagte.
- Maak aantekeninge van die belangrike kwessies waaraan jy moet aandag gee.
- Maak 'n aantekening van die datums waarteen jy stappe moet doen om die klagte op te los. (5)

6.5
- Definieer jou hoofidee.
- Beperk die omvang.
- Kies jou benadering.
- Berei jou oorsig voor. (4)

6.6
- Die briefhoof en datum
- Die naam van die ontvanger
- Die adres van die sender en die ontvanger
- Die opskrif/onderwerpreël/openingsreël
- Die inleidende/openingsparagaaf
- Die hoofdeel ('body')
- Die slotparagraaf (7)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou