higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

ADVERTERING EN PROMOSIES
NKR VLAK 2

15 November 2024

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 8 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1	1.1.1	Waar		
	1.1.2	Waar		
	1.1.3	Waar		
	1.1.4	Waar		
	1.1.5	Onwaar		
	1.1.6	Onwaar		
	1.1.7	Onwaar		
	1.1.8	Waar		
	1.1.9	Waar		
	1.1.10	Waar		
			(10 × 1)	(10)
1.2	1.2.1	visualisering		
	1.2.2	grafika		
	1.2.3	SMS		
	1.2.4	klagte		
	1.2.5	direkte pos		
	1.2.6	planogram		
	1.2.7	doelwit		
	1.2.8	etiek		
	1.2.9	beleid		
	1.2.10	mededingingsvoordeel		
			(10 × 1)	(10)
1.3	1.3.1	H		
	1.3.2	E		
	1.3.3	A		
	1.3.4	J		
	1.3.5	B		
	1.3.6	I		
	1.3.7	C		
	1.3.8	G		
	1.3.9	F		
	1.3.10	D		
			(10 × 1)	(10)
				[30]

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 2

2.1 2.1.1 ’n Promosie is enige vorm van kommunikasie wat klante inlig, oorreed en herinner om ’n produk of diens te koop.

Promosies sluit alle vorme van kommunikasie tussen die bemarker en die klant in. (Enige 1 × 2)

2.1.2
- Advertering vertel mense oor ’n produk of diens wat die media gebruik.
- Advertering is die proses om ’n produk in die massamedia te promoveer.
- Advertering is niepersoonlike massa-aanbieding en promosie van idees, goedere en dienste deur ’n maatskappy. (Enige 1 × 2)

(2 × 2) (4)

2.2 2.2.1
- Onderskei een handelsmerk van ’n ander
- Sê klante van nuwe produkte
- Gee klante redes om te koop
- Herinner klante om te koop
- Verhoog produkgebruik en maatskappyverkope
- Verhoog wins
- Verhoog die verkope van gewone produkte
- Voeg beeldwaarde tot produkte toe wat die pryse en winste verhoog (Enige 2 × 2) (4)

2.3 2.3.1
- Advertering
- Publisiteit
- Persoonlike verkope
- Verkoopspromosie
- Handelspromosie
- Direkte bemarking
- Interaktiewe bemarking
- Buitelug advertering
- Borgskap (Enige 3 × 1) (3)

2.3.2
- Advertering: Advertensie vir sjampoe op TV
- Publisiteit: Eskom wat ’n skenking vir ’n kinderwelsynsorganisasie maak
- Persoonlike verkope: Verkoopspersoon wat ’n klant in ’n winkel help
- Verkoopspromosie: Koop een kry een gratis
- Handelspromosie: Verkoopspersoon wat PnP besoek om produkte te verkoop
- Direkte bemarking: Om pos by die huis te kry
- Interaktiewe bemarking: SMS
- Buitelug advertering: Reklameborde, plakkate
- Borgskap: FNB wat ’n Olimpiese span borg (Enige 3 × 1) (3)

Kopiereg voorbehou

2.4 2.4.1
- Selfvertroue
- Geduld
- Empatie
- Entoesiasme
- Motivering
- Samewerkend
- Aangenaam
- Positief (Enige 3 × 1) (3)

2.4.2
- Gee jou volle aandag aan die spreker.
- Bestuur jou reaksies.
- Moenie die klant onderbreek nie.
- Ondersteun die persoon.
- Maak seker jou lyftaal is positief.
- Maak aantekeninge indien nodig.
- Gee terugvoer. (Enige 3 × 1) (3)

2.4.3
- Om regop te sit en staan
- Glimlag
- Om oogkontak te maak
- Om aantekeninge te neem
- Om die kop te skud
- Ferm handdruk (Enige 3 × 1) (3)

2.4.4
- Beplan jou dag deur tyd aan aktiwiteite toe te wys.
- Moenie dinge tot later uitstel nie.
- Berei voor vir vergaderings.
- Vra hulp.
- Werk saam met ander departemente.
- Gebruik kommunikasiemetodes/-hulpmiddels doeltreffend.
- Sê nee vir onbeplande of minder belangrike take.
- Verhoed onderbrekings. (Enige 3 × 1) (3)

2.5 2.5.1 Seksuele teistering verwys na die vertoning van onvanpaste seksuele gedrag in die werkplek teenoor ’n ander persoon, werknemer, werkgewer of kollega. (Enige 1 × 2) (2)

2.5.2
- Onvanpaste woorde
- Onvanpaste aanraking
- Om ander werknemer se persoonlike/private ruimte in te dring
- Onvanpaste kommentaar (Enige 2 × 1) (2)

[30]

VRAAG 3

3.1
- Bestaande situasie
- Teikengehoor
- Adverteringsdoelwitte
- Begroting
- Media
- Toon
- Kommunikasiekontrole
- Beeldkontrole
- Teikenmarkkontrole
- Mediakontrole (Enige 5 × 1) (5)

3.2
- Prente/Grafika/Beelde
- Kopie-inhoud
- Slagspreuk
- Vetgedrukte letters
- Logo
- Hoofopskrif/Onderopskrif
- Kontakbesonderhede
- Uitleg (Enige 5 × 1) (5)

3.3 3.3.1
- Maklik om te verkry
- Geskik vir ’n wye reeks produkte en dienste
- Geskik vir ’n wye reeks van die teikenmark
- Verskaf baie inligting (Enige 3 × 1) (3)

3.3.2
- Elektroniese media
- Buitelug media
- Mobiele media
- Innoverende media
- Televisie
- Radio
- Internet
- Selfoon
- SMS
- MMS (Enige 4 × 1) (4)

3.4 3.4.1 Advertering wat daarop gemik is om klante se persepsie van ’n produk of diens te verander (2)

3.4.2
- Kopieskryfwerk
- Visualisering
- Uitleg (3)

3.4.3
- Dit moet die manier verander waarop klante oor die produk dink.
- Moet klante stimuleer om op ’n gunstige manier oor die produk te dink.
- Dit moet met klante praat asof hulle bekend is aan die besigheid.
- Dit moet klante op ’n manier spesiaal laat voel en voorstel dat hulle beter mense is omdat hulle weet wat goeie kwaliteit is
- Dit sal klante deur ’n appèl na ’n roete van oorreding tot inkopiegedrag lei.
- Dit moet klante motiveer om die produk te koop.
- Voorliefde – Kennis van AIDA
- Voorkeur: Kennis van die produk
- Oortuiging: Kennis van teikengehoor (Enige 4 × 2) (8)

[30]

VRAAG 4

4.1
- A: Aandag – Dit trek die klant se aandag deur kreatiewe taktieke, bv. beelde, hoofopskrifte, kleure
- I: Belangstelling – Dit wek die belangstelling van die verbruiker deur interessante kopie en inligting om belangstelling aan te moedig
- D: Begeerte – Skep ’n begeerte vir die produk of diens deur beelde, hoofopskrifte, beloftes
- A: Aksie – die advertensie versoek ’n eenvoudige aksie, bv. om ’n nommer te bel, ’n webwerf te besoek (4 × 2) (8)

4.2 4.2.1 ’n Teikengehoor is ’n groep mense wat die adverteerder of bemarker identifiseer op wie advertensies gerig word. (2)

4.2.2
- Ouderdom
- Geslag
- Onderwys
- Leefstyl
- Inkomste
- Plek
- Kennis van die produk (Enige 6 × 1) (6)

4.3
- Klantenavrae
- Winkelbesoeke
- Koepons/Tolvrye nommers/Elektroniese terugvoer
- Anwoordkaarte
- Aanvanklike reaksie
- Verlengde veldtog toetsing
- Herroepingstoets
- Navraagtoets
- Verkoopstoets
- Nie-waarneembare aksie (Enige 4 × 1) (4)

Kopiereg voorbehou

4.4 4.4.1 Verkoopspromosies is korttermyn aansporings op ’n produk te verkoop. (2)

4.4.2
- Geskenke: Koop een kry een gratis
- Monsters: Lojaliteitspunte
- Kompetisies: Koop die aanbod
- Prys in ’n boks: Koepons
- Bewyse: Afslag (Enige 2 × 1) (2)

4.5
- Om klante bewus te maak van nuwe produkte deur hulle daarvan te vertel.
- Om klante aan te moedig om die nuwe produk te toets deur vir hulle ’n monster daarvan te gee.
- Om klante oor nuwe variasies van ou produkte in te lig deur ’n afslagkoepon vir die nuwe item vir hulle te gee.
- Om ’n korttermyn hupstootjie aan verkope te gee deur afslagbewyse in die winkel uit te deel.
- Om die kleinhandelaar te help om opwinding in die winkel te skep met ’n groot en opwindende uitstalling.
- Om die maatskappy meer opwindend te maak deur ’n kompetisie te hou.

(3 × 2) (6)
[30]

VRAAG 5

5.1.1 Diensuitnemendheid beteken om ’n diens of ’n produk van ’n goeie kwaliteit aan te bied wat die klant se verwagtinge oortref. (2)

5.1.2
- Begin bo met uitstekende prestasie.
- Ontwikkel jou persoonlike eienskappe vir diensuitnemendheid.
- Verras/Ken jou klante.
- Doen ekstra moeite.
- Dink vooruit om voor te bly.
- Leer jou brein uitnemendheid.
- Lei jou werknemers op.
- Aanvaar verantwoordelikheid.
- Stel die regte mense aan.
- Plaas die klant eerste. (Enige 6 × 1) (6)

Kopiereg voorbehou

5.1.3
- Werknemers se stemmings
- Personeel se ervaring
- Motiveringsvlakke van personeel
- Kennis van produk
- Kapasiteit/Vermoë van personeel
- Behandeling van personeel/klant
- Aflewering van produkte of dienste (Enige 4 × 1) (4)

5.1.4 Platinum klante koop baie en is nie te bekommers oor die prys nie – hulle is die mees winsgewende klante terwyl yster klante op grootmaat koop en die beste moontlike prys verwag – hulle koop hoofsaaklik lae-wins items en soek ook na winskope. (2 × 2) (4)

5.2.1
- Toewysing van uitstalspasie
- Verligting
- Visuele uitstallings
- Etikettering
- Belang van daaglikse huishouding
- Aantreklik en innoverend
- Sigbaarheid
- Toeganklikheid
- Gepas
- Uitstallings moet veilig wees (Enige 5 × 1) (5)

5.2.2
- Huishouding
- Skoonmaakpersoneel
- Skoon handvatsels en uitstal-areas
- Hoeveelheid voorraad
- Kwaliteit
- Konsekwentheid
- Om los en vaste toebehore te verstel
- Prysetikette/-plakkers en rakprysing (Enige 5 × 1) (5)

5.2
- Verhoogde verkope
- Stimuleer bewustheid en belangstelling
- Proefnemings en handelsmerklojaliteit
- Maak winkels meer opwindend (Enige 2 × 2) (4)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou