higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 2

7 November 2022

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 6 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1	1.1.1	Waar
	1.1.2	Waar
	1.1.3	Onwaar
	1.1.4	Waar
	1.1.5	Waar
	1.1.6	Onwaar
	1.1.7	Waar
	1.1.8	Waar
	1.1.9	Onwaar
	1.1.10	Waar
	1.1.11	Onwaar
	1.1.12	Waar
	1.1.13	Waar
	1.1.14	Onwaar
	1.1.15	Waar

(15 × 1) (15)

1.2	1.2.1	E
	1.2.2	J
	1.2.3	I
	1.2.4	G
	1.2.5	B
	1.2.6	F
	1.2.7	C
	1.2.8	H
	1.2.9	A
	1.2.10	D
	1.2.11	M
	1.2.12	N
	1.2.13	O
	1.2.14	L
	1.2.15	K

(15 × 1) (15)
[30]

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 2

2.1 Verbale kommunikasie behels die gebruik van woorde deur te praat, skryf, lees en luister,✓✓ en nieverbale kommunikasie behels kommunikasie deur middel van enige ander metode anders as die mondelinge of geskrewe woord.✓✓ (2 × 2) (4)

2.2
- Oogkontak
- Aanraking
- Lyftaal
- Gesigsuitdrukking
- Gebare
- Houding (Enige 4 × 1) (4)

2.3
- Eerste indruk
- Bevraagteken terugvoer
- Interpersoonlike vaardighede
- Stem
- Luister en waarneming (5 × 1) (5)

2.4
- Identifisering van die teikenmark
- Basiese probleem of kwessie moet geïdentifiseer word
- Groot verkoopsidee of sleutelvoordeel moet gekommunikeer word
- Enige stawende inligting wat ingesluit moet word (4 × 1) (4)

2.5
- Advertensies
- Verkoopspromosie
- Persoonlike verkope
- Publisiteit
- Skakelwese
- Direkte bemarking (Enige 5 × 1) (5)

2.6
- Teikenmark
- Aard van produk of diens
- Fondse wat beskikbaar is
- Benaderingstyl (4 × 1) (4)

2.7
- Produk
- Prys
- Promosie
- Plek
- Persone/Mense (4 × 1) (4)

[30]

VRAAG 3

3.1 Dit is ’n metode om idees te genereer en kennis te deel om ’n bepaalde kommersiële of tegniese probleem op te los, waartydens deelnemers aangemoedig word om te dink sonder om onderbreek te word.✓✓ (2)

3.2
- Geen kritiek word toegelaat nie.
- Werk vir kwaliteit.
- Vrye denke word aangemoedig. (Enige relevante 3 × 1) (3)

3.3
- Onthou die kliënt se naam.
- Toon belangstelling en luister na wat hulle sê.
- Wees geduldig en verdraagsaam.
- Moenie die kliënt in die rede val nie.
- Moenie die indruk skep dat jy met ander kliënte besig is nie.
- Gebruik positiewe woorde.
- Wees vriendelik en behulpsaam en gebruik ’n aangename stemtoon.

(Enige relevante 7 × 1) (7)

3.4
- Om groot geografies-verspreide gehore te bereik
- Om ’n nuwe produk bekend te stel
- Sodat kliënte geadverteerde goedere meer geldig beskou
- Om die maatskappy en die handelsnaam te beklemtoon
- Om die beeld van die handelsnaam uit te brei
- Om korttermynverkope te stimuleer
- Om onpersoonlike eenrigtingkommunikasie toe te laat

(Enige relevante 7 × 1) (7)

3.5
- Die inleiding
- Die liggaam
- Die slot (Enige relevante 2 × 1) (2)

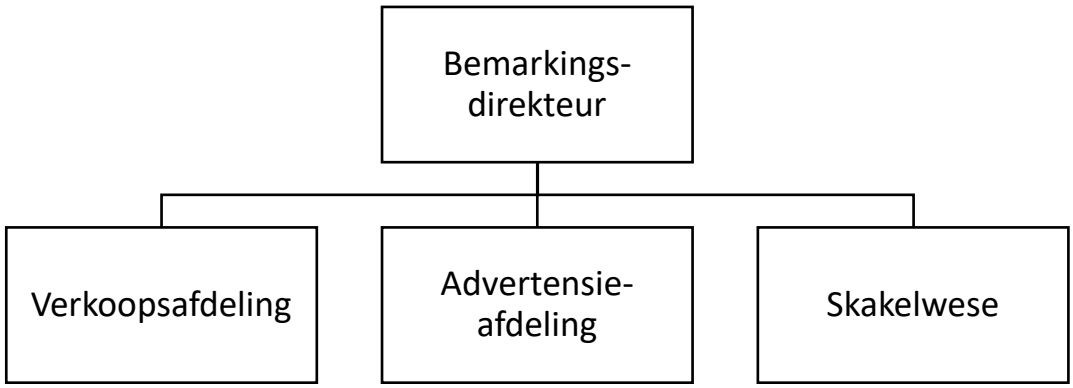
3.6
- Om bestaande en potensiële kliënte oor ’n produk of diens in te lig
- Om kliënte te oorreed om ’n produk of diens te koop
- Om kliënte te aktiveer om te koop
- Om kliënte te herinner waar om die produk te koop (Enige relevante 4 × 1) (4)

3.7
- Vraelys
- Meganiese/Elektroniese toerusting
- Telinstrumente
- Waarneming
- Opname/Posopname
- Fokusgroepe/Onderhoude/Telefoononderhoude
- Proefneming (Enige 5 × 1) (5)

[30]

VRAAG 4

4.1



Puntetoekenning: Elke komponent moet een punt wees (✓)
Twee (✓✓) punte vir die teken van die struktuur (6)

4.2
- Mondelinge kommunikasietegnieke
- Skriftelike kommunikasietegnieke
- Nieverbale kommunikasietegnieke
- Doeltreffende en suksesvolle luister (4 × 1) (4)

4.3 4.3.1
- Gee die kliënt die geleentheid om uiting te gee aan hul frustrasies.
- Moenie die kliënt in die rede val nie.
- Luister aandagtig na die klagte.
- Moenie stry of jou opinie gee nie.
- Erken dat die kliënt se woede nie op jou persoonlik gemik is nie.
- Moenie emosioneel betrokke raak nie.
- Toon simpatie met die kliënt se klagte.
- Verseker die kliënt dat jy hulle verstaan.

(Enige relevante 5 × 2) (10)

4.3.2
- Daar moet genoeg produkte in die pakhuis wees om aan kliënte se aanvraag te voldoen.
- Die produkte moet aan die hoëkwaliteitstandaard voldoen.
- 'n Verskeidenheid produkte moet vir kliënte beskikbaar wees om van te kies.
- Kliënte moet toegang hê tot gratis demonstrasies van produkte.
- Die prys van die produk moet goed vergelyk met dit wat mededingers bied. (5 × 2) (10)

[30]

VRAAG 5

5.1 Selfoon (1)

5.2 MTN (1)

5.3
- Betaal minder maandeliks
- Konnektiwiteit
- Maklike kommunikasie
- Kamera
- GPS-ligging
- Gratis Oppo Enco-oorfone (Enige relevante 4 × 1) (4)

5.4 OPPO Reno7 (1)

5.5
- Gedrukte media,✓ byvoorbeeld muurskildering, advertensieborde en koerante✓
- Lugskrif,✓ byvoorbeeld 'n vliegtuig met letters of woorde wat in die lug losgelaat word✓
- Oudio en visuele media,✓ byvoorbeeld radio, televisie en internet✓
- Digitale media,✓ byvoorbeeld elektroniese borde✓(Enige relevante 4 × 2) (8)

5.6
- Om beeld te bevorder
- Om inligting te gee
- Om aanvraag te skep, verhoog en stabiliseer
- Om wenke te genereer
- Om personeel te motiveer
- Om kliënte en lojaliteit te behou (Enige relevante 5 × 1) (5)

5.7
- Behoeftes✓ – goed wat jy moet hê✓
- Begeertes✓ – goed waarvan jy sal hou, maar wat nie regtig nodig is nie✓
- Wense✓ – goed waaroor jy dagdroom✓
- Vrese✓ – goed wat ons nie wil hê moet gebeur nie✓ (4 × 2) (8)

5.8
- PowerPoint-aanbiedings (aanbiedingsagteware)
- Rekenaarnabootsing
- Rekenaar- en videospeletjies (Enige 2 × 1) (2)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou