higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

VERBRUIKERSGEDRAG
NKR VLAK 2

(3041032)

28 November 2023 (Y-vraestel)
13:00–16:00

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye.

426Q1N2328

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)
VERBRUIKERSGEDRAG
NKR VLAK 2
TYD: 3 UUR
PUNTE: 150

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord al die vrae.
2. Lees al die vrae aandagtig deur.
3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
4. Gebruik slegs ’n blou of swart pen.
5. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (1.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.1 Die klante se besluit word deur twee faktore beïnvloed, naamlik individuele en groepfaktore. Die studie van hierdie faktore en die bevrediging daarvan word 'n studie van … genoem.

A aankoopbesluitneming
B verkoopbesluitneming
C verbruikersgedrag
D ekonomiese besluitneming

1.2 Waar pas leefstyl in die verbruikersgedragmodel?

A Groepfaktore
B Individuele faktore
C Handelsmerkkeuse
D Koopbesluitneming

1.3 … is NIE 'n metode vir insameling van inligting van klante nie.

A Klantterugvoeropnames
B Oombliklike terugvoering van die internet
C Klantonderhoude
D Kontrolelyste

1.4 … is 'n individuele faktor wat die besluitneming van klante beïnvloed.

A Sosiale klas
B Gesin
C Leer
D Kultuur

1.5 … is 'n proses of tegniek wat in navorsing gebruik word om inligting in te samel deur vir 'n groep mense vrae te vra.

A 'n Vraelys
B 'n Opname
C 'n Deur-tot-deur-opname
D 'n Fokusgroep

1.6 … is 'n metode wat gebruik word om inligting oor klante in te samel.

A 'n Vraelys
B 'n Sigblad
C Telefoonoproepe
D Boodskappe

Kopiereg voorbehou

1.7 ’n Persoon wat ’n klagte inlewer, word ’n … genoem.

A klaer
B klagte
C klant
D verbruiker

1.8 Die departement verantwoordelik vir die hantering van fakture, bestelvorms, ens.:

A Finansies
B Administrasie
C Bemarking
D Openbare Betrekkinge

1.9 … is NIE ’n belangrike faktor om in ag te neem tydens kommunikasie met ’n klant nie.

A Die gebruik van woorde wat maklik verstaanbaar is
B Die gebruik van kort sinne
C ’n Vriendelike gesig en ’n glimlag
D Om die winkel en die produk te verdedig voordat daar na die klant geluister word

1.10 … is ’n groep klante wat soortgelyke behoeftes of begeertes het.

A ’n Marksegment
B Bure
C Mededingers
D Verbruikers

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (2.1–2.5) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

2.1 Die vernaamste implikasie van bemarking is dat die vervulling van klante se behoeftes tot klantetevredenheid sal lei.

2.2 Om konsensus te bereik, beteken om nie oor ’n kwessie saam te stem nie.

2.3 Die kliëntediens-departement van die onderneming is altyd in die bestuurder se kantoor gebaseer.

2.4 Voordat daar op klante se klagtes gereageer word, moet hulle ’n kans gegee word om te praat sonder dat hulle onderbreek word of dat daar verdedigend opgetree word.

2.5 Ouderdom, kultuur en taal is ’n paar van die hindernisse tot goeie kommunikasie.

(5 × 1) **[5]**

VRAAG 3

Kies 'n term uit KOLOM B om by 'n beskrywing in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–J) langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
3.1	Persoonlike interaksie deur mense of vriende tydens sosiale sessies	A	navraag
3.2	'n Kort dokument wat 'n beskrywing van 'n persoon of organisasie gee	B	tegniese taal
3.3	Eienskappe of persoonlikhede wat die aard van individue bepaal	C	profiel
3.4	Wanneer 'n vraag deur 'n klant gevra word wat inligting versoek of oor 'n produk of diens twyfel	D	leefstyl
3.5	Tydperk waarin beplanning en voorbereiding vir 'n geleentheid gedoen word	E	sosiale interaksie
3.6	'n Groep mense wat byeengebring word om aan 'n gesprek oor 'n produk deel te neem en terugvoering daaroor te gee voordat dit bekendgestel word	F	argivering
3.7	Skriftelike of mondelinge kommunikasie waarin sekere woorde vir gespesialiseerde inhoud gebruik word	G	motivering
3.8	Die manier waarop 'n persoon leef	H	fokusgroep
3.9	Die rede waarom 'n spesifieke produk of diens gekoop word	I	tydsraamwerk
3.10	Die proses waarin historiese dokumente versamel en bewaar word	J	sielkundige eienskappe

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 4

Voltooi die volgende sinne deur slegs die ontbrekende woord of woorde langs die vraagnommer (4.1–4.5) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

4.1 'n … is 'n proses wat spesifieke klante se behoeftes identifiseer en bepaal hoe die produk of diens hul behoeftes sal bevredig.

4.2 Die … is ’n ruimte of ’n terrein waar mense bly of waar die onderneming geleë is.

4.3 Die doel van maatreëls vir die ... van inligting is om sensitiewe inligting teen ongemagtigde toegang, ontwrigting of vernietiging te beskerm.

4.4 Die sagteware wat gebruik word om syfers te bereken, word … genoem.

4.5 … verwys na reëls wat toegang tot sekere inligting beperk.

(5 × 1) **[5]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 5

5.1 Noem TWEE faktore wat verband hou met die belang van klante vir ’n onderneming. (2 × 2) (4)

5.2 Beskryf die term *markontleding*. (2)

5.3 Onderskei tussen die volgende:

5.3.1 Klantetevredenheid

5.3.2 Klantebehoud

(2 × 2) (4)
[10]

VRAAG 6

6.1 Beskryf *verbruikersgedrag* in ’n ekonomiese konteks. (2)

6.2 Gee VIER redes waarom dit belangrik is om die gedrag van verbruikers te bestudeer. (4 × 2) (8)

6.3 Wat is die doel van verbruikersnavorsing? (4)

6.4 Noem VIER soorte inligting wat van klante ingesamel kan word. (4)
[18]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 7

Lees die uittreksel hier onder en beantwoord die vrae wat daarop volg.

> Die prioriteite en smaak van mense wat in voorstede of halfstedelike gebiede woon, verskil van dié wat in landelike gebiede woon. Die soort motor, klere en kos wat hierdie mense verkies, is nie dieselfde nie. Mense wat in voorstede woon, eet meer gereeld by restaurante en mense wat in landelike gebiede woon, verkies tuisgekookte maaltye omdat dit meer bekostigbaar is.

7.1 Beskryf die leefstylbemarkingsbenadering as een van die benaderings wat gebruik moet word wanneer 'n produk of diens bemark word. (3)

7.2 Noem en verduidelik VIER soorte leefstyle. (4 × 3) (12)

7.3 Noem VYF algemene sosiale eienskappe wat veroorsaak dat die klante van 'n onderneming uiteenlopend en uniek is. (5)

7.4 Noem VIER maniere waarop die *aard* van 'n produk en die *soort* produk onderskei kan word. (4)

7.5 Definieer *sielkundige segmentering.* (4)
[28]

VRAAG 8

8.1 Noem VIER klassifikasies van inligting in 'n organisasie. (4)

8.2 Bespreek TWEE prosesse wat gevolg moet word wanneer waardevolle inligting bewaar moet word en sekuriteit gehandhaaf moet word. (2 × 2) (4)

8.3 Gee DRIE redes waarom dit belangrik is om sekuriteitsmaatreëls vir die inligting van 'n organisasie te hê. (3 × 2) (6)

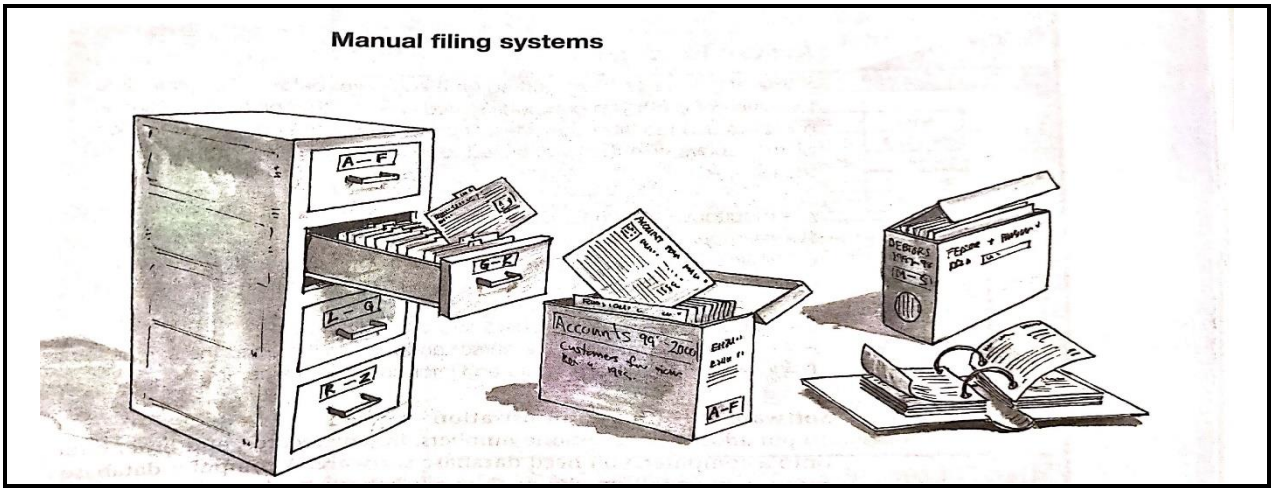
8.4 Noem VYF punte om te onthou wanneer daar op 'n kliënt se versoeke gereageer word. (5 × 2) (10)
[24]

TOTAAL AFDELING B: 80

AFDELING C

VRAAG 9

Bestudeer die prent hier onder en beantwoord die vrae wat daarop volg.



[Bron: *Aangepas van die Internet*]

9.1 Noem die liasseerstelsel wat in die prent hier bo getoon word. (2)

9.2 Noem nog 'n liasseerstelsel wat gebruik kan word buiten die een wat jy in VRAAG 9.1 genoem het. (2)

9.3 Gee DRIE redes waarom dit belangrik vir 'n onderneming is om bygewerkte sagteware in 'n inligtingstelsel te gebruik. (3 × 2) (6)

9.4 Noem VIER soorte hardeware wat gebruik kan word om inligting vir maklike toegang te stoor. (4)

9.5 Noem EEN soort hardeware wat vir 'n behoorlike administrasiestelsel gebruik kan word. (1)

[15]

VRAAG 10

Bestudeer die uittreksel hier onder en beantwoord die vrae wat daarop volg.

Toe die hoeveelheid gevalle van Covid-19 in 2020 begin toeneem het, het die regering 'n nasionale grendeltyd aangekondig. Met die beperking van beweging het ondernemings begin om klante te verloor. Die bemarkingsdepartement van die meeste ondernemings het begin om meer aanlyn bemarking en aanlyn verkope te doen.

10.1 Beskryf *aanlyn bemarking*. (2)

10.2 Noem TWEE voordele van die gebruik van aanlyn bemarking in 'n onderneming se bemarkingstrategie. (2 × 2) (4)

10.3 Noem EEN platform van aanlyn bemarking. (1)

10.4 Noem VYF beginsels vir die korrekte hantering van klante se navrae. (5 × 2) (10)

10.5 Onderskei tussen die volgende:

10.5.1 Oop vrae

10.5.2 Geslote vrae

(2 × 2) (4)

10.6 Gee TWEE redes waarom dit belangrik is om oop vrae ná ’n aanbieding te vra wanneer daar met klante gewerk word. (2 × 2) (4)

[25]

TOTAAL AFDELING C: 40

GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou