higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

ADVERTERING EN PROMOSIES
NKR VLAK 3

4 November 2022

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 7 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 F
1.2 H
1.3 J
1.4 G
1.5 A
1.6 C
1.7 I
1.8 D
1.9 E
1.10 B

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

2.1 eksterne
2.2 Integrasie
2.3 promosie
2.4 Groothandelaars
2.5 kort
2.6 lang
2.7 makro
2.8 handels
2.9 eksterne
2.10 Mediareikwydte

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

3.1 Onwaar
3.2 Waar
3.3 Waar
3.4 Onwaar
3.5 Waar
3.6 Onwaar
3.7 Waar
3.8 Waar
3.9 Waar
3.10 Waar

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

4.1 STAP 1: IDENTIFISEER DIE DOEL/TEIKENMARK.✓
- Mense wat snoephappies eet✓

STAP 2: BESLUIT OP DIE BOODSKAP WAT JY WIL KOMMUNIKEER.✓
- Doel – om bewustheid van die nuwe geur te skep.✓

STAP 3: BESLUIT OP DIE BEDRAG GELD WAT JY WIL SPANDEER.✓
- R50000000 vir 6 maande✓

OF

- R1000000 vir maand 1, R1000000 vir maand 2, R1000000 vir maand 3, R1000000 vir maand 4, R500000 vir maand 5, R500000 vir maand 6

STAP 4: KIES DIE PROMOSIE-ELEMENTE WAT JY GAAN GEBRUIK.✓
- Reklameborde, baniere, plakkate ✓

STAP 5: IMPLEMENTEER DIE PLAN. ✓
- Geldigheidsdatum: 10/02/2021 tot 09/08/2021✓ OR
- Lei personeel op deur middel van opleidingshandleiding

STAP 6: BESLUIT HOE DIE RESULTATE GEMEET GAAN WORD. ✓
- Hoeveel klante het oor die produk navraag gedoen? (STAP 2) ✓

(Enige relevante antwoorde. Stap 2 en stap 6 moet ooreenstem.)
(6 × 2) (12)

4.2
- AANDAG: Opskrif of skets van die produk
- BELANGSTELLING (‘INTEREST’): Voordeel van produk of prys of grootte of enige inligting oor die produk
- BEGEERTE (‘DESIRE’): Enige verkoopspromosietegniek of enige cliché
- AKSIE: Geldigheidsdatum of ligging
- FORMAAT: Ken punt toe slegs indien student die AIDA-beginsel nagekom het.

(5 × 2) (10)

4.3 4.3.1 Nuwe Pringles-geur word bekendgestel
(Enige aanvaarbare antwoord, maar moet die boodskap oordra dat die nuwe geur bekendgestel word.)

4.3.2 Pringles hoendersoutgeur

4.3.3 10/02/2021 tot 09/08/2021
Datum moet dieselfde wees as STAP 5 in die bemarkingsplan.

4.3.4 Skep bewustheid van die produk.
Doelwit moet dieselfde as STAP 2 in die bemarkingsplan wees.
(4 × 2) (8)
[30]

VRAAG 5

5.1 Buitenshuise media (2)

5.2 Voordele:
Goedkoop,✓ het 'n vasgevange gehoor,✓ nie veel mededinging,✓ kan kleur hê✓ en verskillende groottes,✓ maklik om op te merk ✓

Beperkings:
Nie kreatief,✓ kan nie op een gehoor toegespits word nie,✓ word in sommige areas nie toegelaat nie,✓baie mense hou nie daarvan nie ✓ (10)

5.3 Intensiewe verspreiding (2)

5.4 Identifiseer sleutelelemente van die mededinger se strategieë.
- Vind uit wie hul doelmark is, asook hul boodskap, prysbepalingstrategie.

Identifiseer die mededingende maatskappye se doelwit.
- Vind uit wat hulle probeer bereik.

Vind uit hoe die maatskappye hulle hulpbronne gebruik.
- Hoeveel geld spandeer hulle op reklametoerusting?

Vind uit hoe die maatskappye hulle bemarkingsmengsel gebruik.
- Stel ondersoek in na hoe hulle die 4P's gebruik.

Identifiseer die maatskappye se sterk en swak punte.
- Vind uit wat hul mededingende voordeel is en waarmee hulle nie baie goed is nie. (5 × 2) (10)

5.5
- Help werknemers om saam te werk.
- Dien as riglyn vir werknemers.
- Kan die maatskappy se beeld verbeter. (3 × 2) (6)

[30]

VRAAG 6

6.1 Persoonlike verkope (2)

6.2 6.2.1 Interne diensverskaffer (2)

6.2.2 Hulle is deel van die onderneming✓✓ en moet die gedragskode volg.✓✓ Interne diensverskaffers moet die onderneming help om vlot sake te doen. ✓✓ (3 × 2) (6)

6.3
- Hoeveelheid werk wat deur die werknemer gedoen word
- Gehalte van werk gedoen
- Werknemer se kennis van die werk of produk
- Werknemer se tegniese vaardighede of ander vaardighede
- Arriveer betyds by die werk
- Wees in staat om as 'n spanlid te werk (Enige 4 × 1) (4)

6.4
- Finansiesdepartement
- Topbestuur
- Verkoops- en bemarkingsdepartement
- Mensehulpbronnedepartement
- Produksiedepartement
- IT-department
- Administrasiedepartement (7)

6.5
- Kommunikasieprobleme:✓ Kan voorkom wanneer 'n spanlid nie luister na alles wat ander spanlede sê nie OF 'n spanlid sal net dít hoor wat hy of sy wil hoor.✓
  Bv. Oproepsentrumagent A verstaan verkeerd wat Oproepsentrumagent B gesê het en maak sy/haar eie aanname.✓
- Persoonlike verskille:✓ Kan voorkom deur individuele waardes, kultuur, persoonlikheid, onderwys en opvoeding. ✓
  Bv. Oproepsentrumagent A arriveer elke dag betyds, terwyl Oproepsentrumagent alke dag laat kom. Oproepsentrumagent B sal met Oproepsentrumagent B bots as gevolg van sy/haar waardes.✓
- Verskille oor rolle en verantwoordelikhede:✓ Kan voorkom wanneer 'n spanlid iemand anders se werk doen.✓
  Bv. Oproepsentrumagent is die woordvoerder van die span, maar Oproepsentrumagent B besluit hy/sy gaan die aanbieding doen.✓

(3 × 3) (9)

[30]

VRAAG 7

7.1 7.1.1 Wanneer ‘n verteenwoordiger van ‘n onderneming✓ direk met ‘n klant in wisselwerking/interaksie tree✓ ten einde inligting oor die onderneming se produk of diens te kommunikeer.✓ (3)

7.1.2 Stap 1: Prospekteer en kwalifiseer
Stap 2: Voor-benadering
Stap 3: Benader
Stap 4: Verkoopsaanbieding
Stap 5: Hanteer besware
Stap 6: Beklink
Stap 7: Volg op (7)

7.1.3 STAP 1: PROSPEKTEER EK KWALIFISEER

- Die eerste stap het twee stadiums.

STADIUM 1: PROSPEKTEER – vind geskikte klante.
STADIUM 2: KWALIFISEER VOORUITSIGTE/POTENSIELE KLANTE – ondersoek die vooruitsigte om te sien wie kwalifiseer.✓

STAP 2: VOOR-BENADERING

- Deel van die proses behels om inligting oor potensiële klante in te win en die verkoopsonderhoud te beplan.✓

STAP 3: BENADER

- Die verkoopspersoon kontak die potensiële klant met die oog daarop om ‘n afspraak te maak om die klant te sien.✓

STAP 4: VERKOOPSAANBIEDING

- Dit is die een-tot-een-kommunikasie met die potensiële klant, waartydens die verkoopspersoon die potensiële klant wys hoe die produk sy of haar behoeftes sal bevredig. ✓

STAP 5: HANTEER BESWARE

- Potensiële klant vra vrae, verkoopspersoon moet aandagtig luister en op ‘n vriendelike, gepaste manier antwoord. ✓

STAP 6: BEKLINK/SLUIT DIE TRANSAKSIE

- Klante neem ‘n besluit om te koop of nie te koop nie. ✓
- Proefbeklinking: wanneer die verkoopspersoon probeer om die verkoopstransaksie te beklink.
- Beklink: wanneer die klant die produk koop.

STAP 7: VOLG OP

- Verwys na die aktiwiteite ná die verkoopstransaksie beklink is.✓ Dit sluit in die voorsiening van ekstra inligting en dienste aan klante en die inwin van inligting van klante om klantetevredenheid te verseker.

(Nasieners ken slegs 1 punt toe vir elke verduideliking) (7)

7.1.4
- Dit is persoon-tot-persoonkommunikasie.
- Verkoper se doel is om potensiële klante te oortuig om die maatskappy se produk/diens te koop.
- Verkoopspersoon kan klante help om hul behoeftes te identifiseer en te besluit wat hulle eintlik benodig.
- Dit kan ‘n sterker bemarkingsinstrument/hulpmiddel as advertensies wees. (4)

7.1.5 Verkoopspersoon sal begin deur hom/haarself voor te stel✓ en te sê vir watter maatskappy hy/sy werk.✓ (2)

7.2
- Rede vir advertensies/reklame
- Watter boodskap wil die organisasie oordra?
- Waar om dit te sê
- Wanneer om dit te sê
- Hoe dikwels om dit te sê
- Hoeveel kos dit?
- Hoe goed het die plan gewerk? (7)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou