higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

ADVERTERING EN PROMOSIES
NKR VLAK 3

(3041013)

4 November 2022 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye.

038Q1N2204

Kopiereg voorbehou

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. Begin elke vraag op ‘n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs ‘n blou of swart pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Kies ’n term uit KOLOM B om by ’n item/term/beskrywing in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–L) langs die vraagnommer (1.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.1	Morele waardes of wat reg en verkeerd is	A	gesag
1.2	Die omstandighede waarin ‘n onderneming sake doen	B	openbare betrekkinge
1.3	Laat loop ‘n advertensie op sowel televisie as radio	C	ontkenning
1.4	Klandisiewaarde is ‘n kenmerk van hierdie promosiemengsel	D	mededingende voordeel
1.5	Die mag wat jy het op grond van jou amptelike posisie	E	markgeleenthede
1.6	‘n Voorbeeld van komflikhantering	F	etiek
1.7	Om te kontroleer hoe suksesvol ‘n mediaplan is	G	publisiteit
1.8	Geniet ‘n voordeel bo mededingers	H	bemarkingsomgewing
1.9	Areas waar daar ‘n vraag vir jou produk is	I	meet resultate
1.10	Krisisbestuur is ‘n kenmerk van hierdie promosiemengsel	J	interaksie/wisselwerking
		K	organogram
		L	aankooppunt

(10 × 1) **[10]**

QUESTION 2

Kies die korrekte term uit dié tussen hakies. Skryf slegs die antwoord langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

2.1 ‘n Reklame-agentskap is ‘n voorbeeld van ‘n (interne/eksterne) verskaffer.

2.2 (Koördinasie/Integrasie) is wanneer departemente met mekaar saamwerk en in wisselwerking tree.

2.3 Die (bemarking/promosie)-mengsel bevat onder andere persoonlike verkope.

2.4 (Kleinhandelaars/Groothandelaars) se vernaamste teikenmark is kleiner winkels.

Kopiereg voorbehou

2.5 Die akroniem SMS staan vir (standaard/kort (’short’)) boodskapdiens.

2.6 Die vergroting van markaandeel kan as ‘n (lang/kort)-termyndoelwit beskou word.

2.7 Volmaakte mededinging val onder die (makro/mikro)-omgewing.

2.8 Ondernemings gebruik (handels/verbruikers)-promosie om produkte in hul bedryf te bemark.

2.9 Die Covid-pandemie is ‘n voorbeeld van die (interne/eksterne) omgewing.

2.10 (Mediabeplanning/Mediareikwydte) verwys na hoeveel mense jou advertensie gedurende ‘n bepaalde tydperk sal sien.

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

3.1 Lojale klante is vooruitsigte vir ‘n onderneming.

3.2 ‘n Gebou kan as ‘n voorbeeld van korporatiewe kultuur beskou word.

3.3 Dit is belangrik om terugvoering te verkry wanneer jy ‘n persoonlike ontwikkelingsplan doen.

3.4 ‘n Spanleier moet kwaad raak om ‘n positiewe werksomgewing te bewerkstellig.

3.5 Die persentasie-van-verkope-metode is ‘n bo-na-ondertegniek.

3.6 Om te adverteer is ‘n mediadoelwit en moet nie die ander mediadoelwitte insluit nie.

3.7 Navorsing speel ‘n sleutelrol in die keuse oor watter media om te gebruik.

3.8 Persoonlike verkope is duurder as ‘n advertensie vir elke klant wat dit bereik.

3.9 Handelskoue speel ‘n groot rol om ‘n positiewe maatskappybeeld uit te dra.

3.10 ‘n Organisasie se missie is baie belangrik wanneer die organisasie met die klante wil kommunikeer.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 4

Lees die gevallestudie hier onder en beantwoord die vrae.

NUWE PRINGLES-GEUR KOMBINEER TWEE SA-GUNSTELINGE



Met 'n bekendstelling wat 'n mens laat vra, 'Hoekom het dit so lank geneem?', het Kellogg en Unilever saamgespan om hul supergewilde Pringles- en Aromat-handelsmerke saam te voeg.

'Chicken Salt Flavour' is hulle nuwe krakerige skepping wat geïnspireer is deur Suid-Afrika se liefde vir aartappelskyfies, hoender en Aromat, 'n alombekende plaaslike huishoudelike geurmiddel vir langer as 60 jaar.

Volges Vuyo Henda, bemarkingsbestuurder by Aromat: 'Sowel Aromat as Pringles is ikoniese en geliefde Suid-Afrikaanse handelsmerke. Ons albei is geïnspireer om 'n nuwe en opwindende geur te skep, wat aanklank by 'n wye verskeidenheid Suid-Afrikaanse klante sal vind.'

Nikki Tan, handelsmerkbestuurder by Pringles voeg by: 'Pringles is daarvoor bekend dat dit die grense van geurinnovering uitdaag en epiese geurkombinasies in vennootskap met ikoniese internasionale handelmerke lewer.

[Aangepas uit*: https://www.foodstuffsa.co.za/new-pringles-flavour-combines-two-sa-favourites/* 19 November 2019]

4.1 Stel 'n bemarkingstategie op vir die produk hier bo. (6 × 2) (12)

4.2 Gebruik die AIDA-beginsel en ontwerp 'n promosieplakkaat vir die produk hier bo. (5 × 2) (10)

4.3 Ontwerp 'n opleidingshandleiding vir personeel van die bogenoemde produk, onder die volgende opskrifte:

4.3.1 Naam van promosie

4.3.2 Produk wat verkoop gaan word

4.3.3 Geldigheidsdatum van promosie

4.3.4 Doelwit van promosie

(8)
[30]

VRAAG 5

Bestudeer die foto hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: *https://movia.media/wp-content/uploads/03804daf01ca96cd53e2073abcc26327.jpg/ 29* Okt 2020]

5.1 Identifiseer die media wat in die advertensie hier bo gebruik word. (2)

5.2 Noem die voordele en beperkings van die media wat in VRAAG 5.1 geïdentifiseer is. (10)

5.3 Identifiseer die verspreidingstrategie wat die bogenoemde maatskappy gebruik. (2)

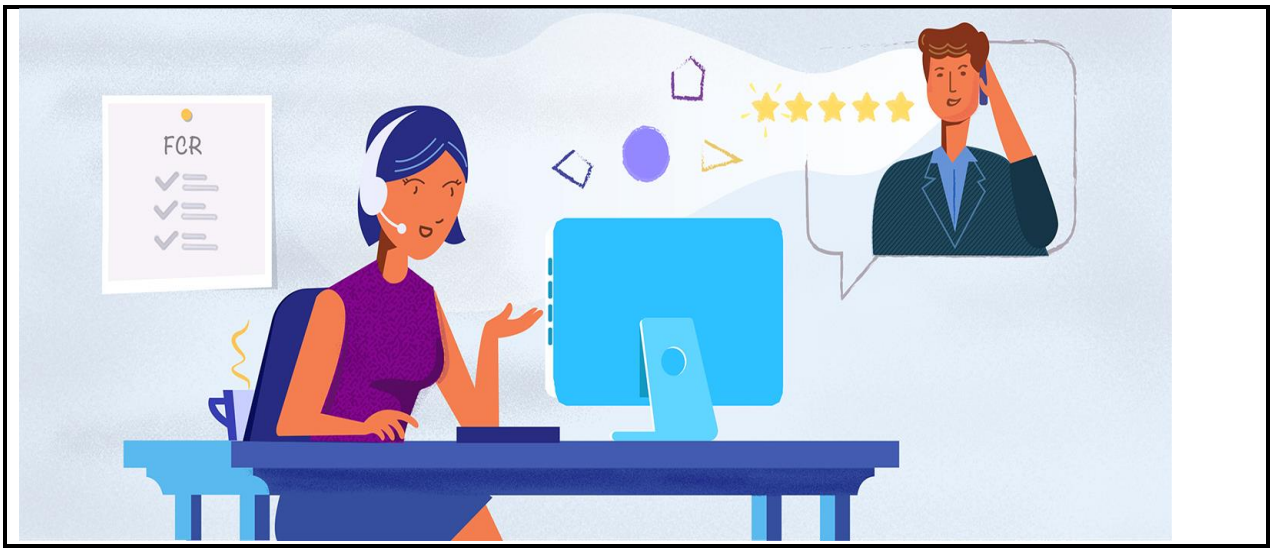
5.4 Beskryf hoe die bogenoemde maatskappy sy mededingende voordeel sal behou. (5 × 2) (10)

5.5 Noem DRIE redes waarom die bogenoemde maatskappy 'n gedragskode sal hê. (3 × 2) (6)

[30]

VRAAG 6

Bestudeer die prent hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: *https://www.lec4you.com/2020/08/23/outsource-customer-service/*]

6.1 Identifiseer die promosiemengsel-elemente waarvan oproepsentrums ‘n voorbeeld is. (2)

6.2 6.2.1 Onder watter tipe diensverskaffer val oproepsentrums? (2)

6.2.2 Verduidelik die uitwerking van die diensverskaffer wat jy in VRAAG 6.2.1 geïdentifiseer het op die onderneming. (3 × 2) (6)

6.3 Noem VIER maniere waarop ‘n oproepsentrumagent se prestasie gemeet kan word. (4)

6.4 Noem ondersteuningstelsels wat tot die oproepsentrumagent se beskikking sal wees. (7)

6.5 Beskryf, en noem voorbeelde van, die vernaamste tipes konflik wat in ‘n oproepsentrum kan voorkom. (3 × 3) (9)

[30]

VRAAG 7

Bestudeer die foto hier onder en beantwoord die vrae.



[Bron: *https://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/Per-Pro/Personal-Selling.html*]

7.1	7.1.1	Verduidelik die konsep *persoonlike verkope*.	(3)
	7.1.2	Noem die stappe in persoonlike verkope.	(7)
	7.1.3	Verduidelik die stappe wat jy hier bo in VRAAG 7.1.2 genoem het.	(7)
	7.1.4	Noem die kenmerke van persoonlike verkope.	(4)
	7.1.5	Verduidelik hoe die verkoopspersoon die kliënt sal groet.	(2)
7.2	Noem die elemente van die mediaplan.		(7)
			[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou