higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

VERBRUIKERSGEDRAG
NKR VLAK 4

17 November 2022

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 7 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 D
1.2 A
1.3 C
1.4 B
1.5 B
1.6 A
1.7 C
1.8 C
1.9 C
1.10 B
1.11 A
1.12 D
1.13 D
1.14 C
1.15 C

(15 × 1) **[15]**

VRAAG 2

2.1 Onwaar
2.2 Onwaar
2.3 Onwaar
2.4 Waar
2.5 Waar
2.6 Waar
2.7 Onwaar
2.8 Onwaar
2.9 Onwaar
2.10 Waar
2.11 Onwaar
2.12 Onwaar
2.13 Waar
2.14 Waar
2.15 Onwaar

(15 × 1) **[15]**

TOTAAL AFDELING A: 30

VRAAG 3

3.1
- Onvermoë om ’n diens aan groot, wyd verspreide markte te bied
- Verwarring oor doelwitte, waar die doelwitte van die aankoopafdeling anders is as dié van ander afdelings
- Tekort aan blootstelling aan ander organisasies (Enige 2 × 2) (4)

3.2 3.2.1 Handelsnaam is die deel van ’n naam wat gesê kan word, insluitende letters, woorde en nommers.

3.2.2 Handelsmerk verwys na daardie woorde of merke wat volgens wet op ’n produk gebruik kan word.
(2 × 2) (4)

3.3.1
- Fasiliteer die identifisering van produkte by aankoop
- Verseker die kliënt dat produkte van ’n eenderse gehalte is
- Bied beskerming omdat dit gewoonlik die vervaardiger identifiseer
- Vergemaklik herhalende aankope van die produk of onderdele
- Gee groter vryheid van keuse
- Lei tot ’n verbeterde produk omdat dit mededinging verhoog
- Fasiliteer besluitneming
- Dien as ’n waarskuwing met betrekking tot herhalende aankope as die verbruiker nie met die produk tevrede was nie
- Vergemaklik die aksies van verbruikers wat geneig is om impulsief te koop (Enige 3 × 2) (6)

3.3.2 Byvoorbeeld: Ek gebruik net Omo-waspoeier, of
Ek drink net Coke. (Enige relevante antwoord) (2)

3.3.3 Dit is ’n term wat gebruik word om ’n verbruiker se verbintenis om ’n handelsmerk eerder as ’n ander handelsmerk te koop of gebruik, te beskryf. (2)

3.4
- Prys
- Produkkwaliteit
- Kwaliteit van diens
- Spoed van diens
- Kliëntesorg
- Professionalisme (Enige 5 × 1) (5)

3.5
- ’n Verkoopopdrag is ’n opdrag wat jy van ’n kliënt kry; dit is ’n eksterne dokument.
- ’n Koopopdrag is ’n interne dokument, met ander woorde jou maatskappy sal ’n koopopdrag kry om in die maatskappy te gebruik. (2 × 2) (4)

Kopiereg voorbehou

3.6
- Organisasie se besonderhede
- Status van bestelling
- Verkoopsopdragnommer
- Kliënt se besonderhede
- Afleweringsadres
- Afleweringsdatum
- Hoeveelheid, beskrywing en eenheidsprys van die goedere/diens wat bestel is (Enige 3 × 1) (3)

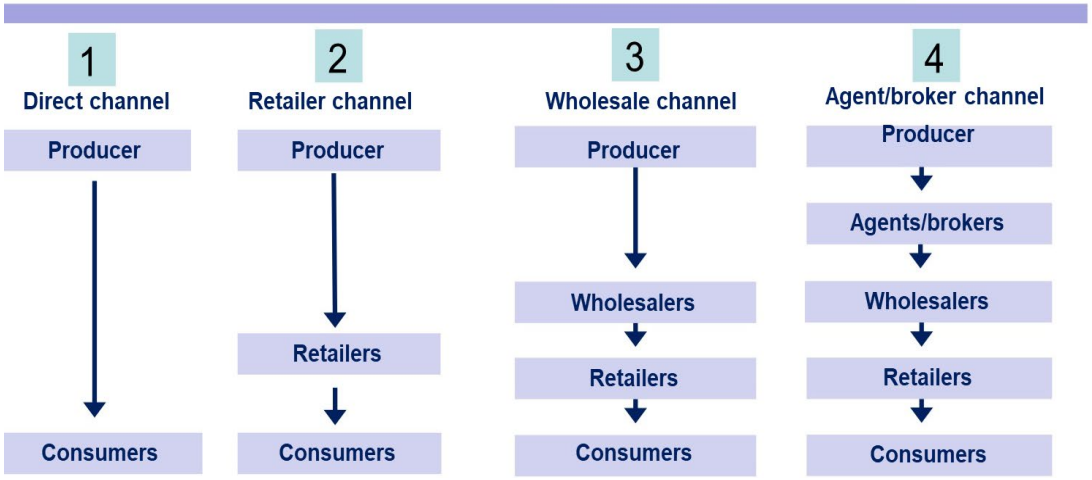
[30]

VRAAG 4

4.1
- Die produk doen nie wat dit veronderstel is om te doen nie.
- Die produk is gebreek.
- Dit is moeilik of verwarrend om die produk te gebruik.
- Die organisasie se diens is swak.
- Die organisasie se diens is stadig.
- Die diensafdeling is nie behulpsaam nie. (Enige 4 × 1) (4)

4.2
- Doeltreffende bemarkingskommunikasie deur 'n persoonliker benadering en die ontwikkeling van nuwe, verbeterde produkte
- Verhoogde verkope aan nuwe en bestaande kliënte by wyse van beter tydsberekening
- Verhoogde waarde van jou bestaande kliënte
- Verbeterde kliëntetevredenheid en -behoud (Enige 2 × 2) (4)

4.3



(4 × 2) (8)

4.4 Kanaal 1 – vrugte en groente van die plaas af
Kanaal 2 – meubels en klere
Kanaal 3 – voedingstowwe, klere, brood
Kanaal 4 – versekering en lewensdekking
(Aanvaar enige relevante antwoord 4 × 1) (4)

4.5
- Praat duidelik, nie te vinnig nie, en hard genoeg sodat almal kan hoor.
- Wees voorbereid om terugvoer te gee en ontvang.
- Luister na die kommentaar van jou lynbestuurder en implementeer van hul aanbevelings.
- Gee uitdrukke van die logboek sodat almal die data kan volg.

(Enige 4 × 2) (8)

4.6
- Verminder die aantal transaksies
- Fasiliteer die transaksies tussen lede
- Los probleme op
- Voer spesialiteitsaktiwiteite uit
- Finansiële voordeel
- Verbeterde kommunikasie
- Stoorvoordeel
- Liggingsvoordeel
- Billike verspreiding van goedere (Enige 2 × 1) (2)

[30]

VRAAG 5

5.1
- Vervaardigers wil die hoogste moontlike pryse vir hul produkte hê, waar kleinhandelaars so laag as moontlik sal prys.
- Tussengangers gebruik laag geprysde produkte om mense na hul winkels te lok en berokken soms die produk se beeld skade.
- Tussengangers kan ongelukkig wees oor die toelaes wat hulle kry, terwyl vervaardigers eenvoudig sekere produkte voorskryf.
- Tussengangers gebruik soms misleidende prysreklame.
- Pryslyste is ingewikkeld en kennisgewing van pryse word vertraag. (5 × 2) (10)

5.2
- Deur onvergeetlik te wees
- Deur besigheid deeglik te bestuur
- Deur op te volg met mense wat jy ontmoet het
- Deur sosiale media te gebruik
- Deur konferensies by te woon
- Deur gemeenskapsgroepe by te woon
- Deur e-posse te gebruik (Enige relevante 3 × 2) (6)

5.3
- Liasseer ’n dokument waarin jy al die belangrike besonderhede van die klagte aanteken, sodat die volgende werknemer wat die klagte hanteer, weet wat aangaan.
- Teken aan of die probleem opgelos is of nog verwerk word.
- Ontleed hoekom die probleem voorgekom het en hoe dit in die toekoms verhoed kan word. (3 × 2) (6)

Kopiereg voorbehou

5.4
- Wins – die geld wat die besigheid oor het nadat al die betrokke koste om daardie geld te maak, betaal is.
- Opbrengs op belegging – die bedrag geld wat jy maak uit die belegging of wins uit ’n belegging.
- Markaandeel – gebruik om te verduidelik hoeveel van ’n spesifieke mark vir ’n produk aan ’n spesifieke maatskappy behoort en word gewoonlik as ’n persentasie uitgedruk. (3 × 2) (6)

5.5
- Identifiseer ’n produk
- Gradeer ’n produk
- Bevorder ’n produk
- Gee instruksies oor die veilige gebruik van ’n produk
- Beskryf ’n produk (Enige 2 × 1) (2)

[30]

VRAAG 6

6.1
- Naam van die persoon wat gekla het
- Besonderhede van die klagte
- Die naam van die persoon wat oorspronklik die klagte hanteer het
- Die stappe wat geneem word om die klagte op te los
- Die datum van die eerste klagte
- Besonderhede oor indien die probleem opgelos is of wanneer dit opgelos is (Enige 3 × 1) (3)

6.2
6.2.1 Akroniem
6.2.2 Oproepend
6.2.3 Beskrywend (3 × 1) (3)

6.3
- Persepsie – die manier waarop ’n mens na dinge kyk en daaroor dink.
- Motivering – verwys na die ywer om ’n behoefte te bevredig.
- Leer – verwys na veranderings in die kliënt se gedrag as gevolg van inligting wat verkry is en ervaring wat opgedoen is.
- Persoonlikheid – mense se gedrag is ’n aanduiding van hoe hulle hulself sien en hoe hulle glo ander sien hulle.
- Houding – verwys na ’n verbruiker se voortdurende positiewe en negatiewe opinies, evaluasies en gevoelens oor ’n voorwerp of idee. (5 × 2) (10)

6.4
6.4.1 Kaleidoskopies
6.4.2 Spesialiteit
6.4.3 Kombinasie/Veelsoortig
6.4.4 Kombinasie/Veelsoortig
(4 × 1) (4)

6.5
- Begrotingsbeperking – die bedrag geld wat vir iets toegewys is of gereserveer is.
- Deelname aan die koopbesluit – hoe meer mense by die proses betrokke is, hoe meer ingewikkeld raak dit en hoe langer neem dit om ’n koopbesluit te bereik.
- Grootste probleem wanneer verbruikers stop om die produkte te koop.
- Die vervangingseffek – wanneer prys verhoog, sal verbruikers dit met iets goedkoper vervang. (Enige 2 × 2) (4)

6.6
- Hou jou gesig ontspanne en vriendelik – glimlag wanneer jy die kliënte groet.
- Hou jou palms oop en jou arms ontvou of langs jou sy.
- Wanneer jy na iemand luister, leun vorentoe om te wys dat jy belangstel in wat hulle sê.
- Maak oogkontak wanneer jy met kliënte praat – dit wys belangstelling.
- Dit kan help om aan ’n kliënt se elmboog of skouer te raak.
- Hou ’n billike afstand tussen jou en die kliënt.

(Enige relevante 3 × 2) (6)
[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150