higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

VERBRUIKERSGEDRAG
NKR VLAK 4

(3041034)

28 November 2023 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie eksamenvraestel bestaan uit 7 bladsye.

428Q1N2328

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)
VERBRUIKERSGEDRAG
NKR VLAK 4
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 afdeling op ’n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs ’n swart of blou pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs ‘Waar’ of ‘Onwaar’ langs die vraagnommer (1.1–1.15) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

1.1 Om teen winkeldiefstal te waak is nie verbruikers se verantwoordelikheid nie.

1.2 Pick n Pay se geen-naamhandelsmerk is ’n voorbeeld van ’n vervaardiger se handelsmerk.

1.3 Kennis van die verkoopproses is belangrik vir die verkoopspersoon.

1.4 Die verkoopspersoon behoort die tweede en derde kliënte se teenwoordigheid te erken, selfs al verlaat hy nie die eerste een nie.

1.5 Die kliënt is altyd reg en behoort soos ’n koning behandel te word.

1.6 Juweliersware en motors kan deur gebruikmaking van ’n selektiewe verspreidingsmetode verkoop word.

1.7 Verkoopspersoneel word beskou as interne kliënte en hul klagtes behoort met respek gehanteer te word.

1.8 Die gebruikmaking van grafika en beelde is die beste manier om kliënte te oorreed om te koop.

1.9 Kinesika (‘kinesics’) is die manier waarop kliënte loop en die verkoopspersoon behoort dit waar te neem.

1.10 Koopmiddelpunt (‘buying centre’) staan ook bekend as ’n BNE (besluitnemingseenheid).

1.11 ’n Fragiele pakket is baie sterk en kan nie maklik breek nie.

1.12 Die organisasie se koopbesluitnemingsproses behels baie belanghebbendes.

1.13 Die probleemherkenningstadium verteenwoordig die stadium waartydens die kliënte weet waar en wat om te koop.

1.14 Die eerste-indrukfase duur enkele ure.

1.15 Aanvaarding van ’n handelsmerk is die gevolg van ’n promosionele tema wat goed ontwerp is.

(15 × 1) **[15]**

VRAAG 2

Voltooi die volgende sinne deur slegs die ontbrekende woord of woorde langs die vraagnommer (2.1–2.15) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

2.1 ... is ’n bepaalde handelswyse wat ter wille van doelmatigheid aanvaar word.

2.2 ... is ’n dokument wat die kliënt in kennis stel van die verskuldigde bedrag vir goedere wat verskaf is.

2.3 ... is ’n stelsel wat dinge volgens belangrikheid op verskillende vlakke plaas.

2.4 ... verwys na ’n spesifieke stel vereistes waaraan ’n toestel moet voldoen om die vereiste standaard te bereik.

2.5 ... behels om menslike eienskappe aan plante, diere of nielewende voorwerpe te gee.

2.6 Die term ... beskryf ’n verbruiker se verbintenis tot een handelsmerk in plaas van ’n ander.

2.7 ... beteken die metode wat gebruik word om produkte van die fabriek na die winkel te vervoer.

2.8 ... verwys na die manier waarop materiale of produkte deur gebruikmaking van vervoerbande beweeg word.

2.9 ... is die totale waarde van finale produksie van goedere en dienste in ’n land oor ’n spesifieke tydperk, gewoonlik ’n kalenderjaar.

2.10 ... is die praktyk waarvolgens ’n huidige kliënt aan die verkoopspersoon die name van ander potensiële kliënte gee.

2.11 ... is ’n versameling data wat so georganiseer is dat die inhoud maklik bekom, bestuur en bygewerk kan word.

2.12 ... kan as ’n groothandelverkoopsagent beskryf word. Hulle hou nie voorraad aan nie. Hulle ontvang bestellings van kleinhandelaars en kontak dan produsente wat dit self aan verbruikers lewer.

2.13 ... verwys na ’n sosiale krag wat wetlike, morele en ekonomiese druk op ondernemings uitoefen en verbruikers beskerm en inlig.

2.14 ... dui aan hoe goed die produkte wat deur ’n organisasie verkoop word aan kliënte se verwagtinge voldoen.

2.15 Wanneer ’n ... koopproses gebruik word, is die voordeel dat aankope in groot volumes gedoen word, wat tot skaalbesparings lei.

(15 × 1) **[15]**

TOTAAL AFDELING A: 30

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 Noem TWEE redes waarom vervaardigers dikwels stukkende produkte gratis vervang. (2 × 2) (4)

3.2 Noem DRIE metodes waarop ’n kliëntebasis gevestig en ontwikkel kan word. (3)

3.3 Illustreer DRIE verspreidingskanale. (3 × 2) (6)

3.4 Bespreek kortliks TWEE verspreidingskategorieë. (2 × 2) (4)

3.5 Identifiseer die tipe liggaamstaal uit die onderstaande sinne:

3.5.1 Maria handhaaf ’n redelike ruimte tussen haarself en haar kliënte wanneer sy met hulle praat.

3.5.2 Nadat hy iets vir Martha gesê het, het John ’n oomblik stilgebly sodat Martha die nuwe inligting kon absorbeer.

3.5.3 Jennifer hou daarvan om liggaamsbewegings te maak wanneer sy met andere kommunikeer.

3.5.4 Clement trek altyd formeel aan wanneer hy werk toe gaan.

3.5.5 Dineo hou altyd haar gesig ontspanne en vriendelik wanneer sy kliënte groet.

(5 × 2) (10)

3.6 Gee DRIE reëlings wat vervaardigers rakende ’n foutiewe produk met kleinhandelaars kan tref. (3)

[30]

VRAAG 4

4.1 Onderskei tussen *monogram* en *handelsmerk*. (2 × 2) (4)

4.2 Verduidelik die verskil tussen die volgende beperktediens-groothandelaars:

4.2.1 Groothandelsmous (‘truck jobber’)

4.2.2 Rakgroothandelaar (‘rack jobber’) (2 × 2) (4)

4.3 Bespreek kortliks DRIE verskillende tipes etikette wat in die kleinhandelbedryf aangetref word. (3 × 2) (6)

4.4 Noem VYF tipes kleinhandelaars en gee EEN voorbeeld van elk. (5 × 2) (10)

4.5 Noem DRIE feite wat in gedagte gehou moet word wanneer ’n ontledingsverslag geskryf word. (3 × 2) (6)

[30]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 5

5.1 Bespreek kortliks VIER rolspelers by ’n koopbesluit. (4 × 2) (8)

5.2 Identifiseer die verskillende groepe mense wat ’n innovasie aanvaar uit die onderstaande sinne:

5.2.1 Dit is tradisionele mense wat van die huidige situasie hou en nuwe idees kritiseer, en dit slegs aanvaar as die nuwe idees deel van die hoofstroom of tradisie word.

5.2.2 Dit is diepsinnige, versigtige mense wat verandering vinniger as die gemiddelde persoon aanvaar.

5.2.3 Dit is dapper mense wat aan die voorpunt van verandering staan.

5.2.4 Dit is skeptiese mense wat nuwe idees of produkte slegs sal gebruik sodra die meerderheid mense dit begin gebruik.

5.2.5 Dit is mense wat respek afdwing en meningsvormers wat nuwe idees uittoets, maar op ’n versigtige manier. (5 × 2) (10)

5.3 Verduidelik VIER voordele van kliëntverhoudingsbestuur. (4 × 2) (8)

5.4 Gee VIER faktore wat in gedagte gehou moet word wanneer jy saam met ’n kollega aan ’n probleem werk. (4)

[30]

VRAAG 6

6.1 Noem VYF gebruike van plastiek. (5)

6.2 Gee VYF maniere waarop plastiek as ’n verpakkingsmateriaal verkope versterk. (5 × 1) (5)

6.3 Etikette kan verbruikers se besluitneming beïnvloed en verkope bevorder. Bespreek EEN wyse waarop ’n etiket ’n verbruiker kan oorreed om ’n produk te koop. (2)

6.4 Gee EEN voorbeeld van elk van die volgende:

6.4.1 Negatiewe nieverbale teken (1)

6.4.2 Positiewe verbale koopteken (1)

6.5 Noem VIER voorafbepaalde tussenposes waarvolgens kliënte gekontak kan word. (4)

6.6 Noem TWEE nadele van die gedesentraliseerde koopproses. (2 × 2) (4)

6.7 Gee TWEE ekonomiese determinante van verbruikers se koopgedrag. (2)

Kopiereg voorbehou

6.8 Noem TWEE stukke inligting wat op ’n tekstieletiket behoort te verskyn. (2)

6.9 Noem VIER riglyne wat in die produkvoorleggingstadium gevolg kan word. (4)
[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou