higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

VERBRUIKERSGEDRAG
NKR VLAK 2

(3041032)

22 November 2018 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye.

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. Skryf netjies en leesbaar.

NSC

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Gee EEN term vir elk van die volgende beskrywings. Skryf slegs die term langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.1.1 Kos wat geredelik beskikbaar is, soos hamburgers en roomys

1.1.2 Sleng-woorde ('Slang words') vir kos met 'n beperkte voedingswaarde

1.1.3 'n Grafiese voorstelling van 'n gesonde dieet

1.1.4 'n Geskrewe stel vrae wat aan mense gegee word om inligting bymekaar te maak

1.1.5 Gehalte word bevorder deur voldoening aan spesifikasies

1.1.6 Vertel jou dat iets met jou produk of diens verkeerd is

1.1.7 'n Informele onderneming waar mense goedere en dienste verkoop

1.1.8 Dienste wat goeie verhoudings skep tussen 'n organisasie en sy verbruikers

1.1.9 Die bedrag geld wat 'n mens het om te spandeer

1.1.10 'n Geleidelike toename of afname in die koopkrag van geld

(10 × 1) (10)

Kopiereg voorbehou

1.2 Kies 'n beskrywing uit KOLOM B om by 'n item/woord in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–J) langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.2.1	Markontleding	A	word geliasseer volgens plekname
1.2.2	Segmentering	B	dokument bevat inligting waartoe slegs die bestuur toegang het
1.2.3	Geografiese volgorde	C	mense beskou die lewe uit verskillende en unieke hoeke
1.2.4	Geraas ('Noise')	D	restaurante, kafees of supermarkte wat kos verkoop
1.2.5	Geheim	E	'n persoon wat produkte of dienste vir persoonlike gebruik koop
1.2.6	Bemarking	F	verhoed effektiewe kommunikasie
1.2.7	Omvang ('Scope')	G	die promosie van produkte of dienste
1.2.8	Verbruiker	H	om te bepaal hoe verbruikers optree
1.2.9	Verwysings-raamwerk	I	om die mark in kleiner groepe op te breek
1.2.10	Voedselafsetplekke ('Food outlets')	J	verwys na die reikwydte ('range') van mense van wie inligting bekom is

(10 × 1) (10)

1.3 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.3.1–1.3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.3.1 Die inligting oor hoeveel geld mense verdien, en wat hulle graag koop, word demografie genoem.

1.3.2 Wasmasjiene, yskaste en motors is voorbeelde van nie-duursame produkte.

1.3.3 Mense wat hulle tyd in die buitelug bestee deur aan sport deel te neem, fiets te ry of te draf is 'n voorbeeld van 'n buitelug-lewenstyl.

1.3.4 Roetine-aankope word gedoen wanneer die produk by die toonbank gesien word.

1.3.5 Onderhoud verseker dat toerusting wat gebruik word om produkte te vervaardig, in 'n goeie werkende toestand is.

Kopiereg voorbehou

1.3.6 Geslote vrae moedig verbruikers aan om te praat.

1.3.7 Die gebruik van te veel tegniese woorde of taal tydens 'n voorlegging kan die boodskap versteur.

1.3.8 Die aard van produkte beïnvloed verbruikers se lewenstyle.

1.3.9 Maatskappye liasseer slegs beleidsdokumente en finansiële verslae.

1.3.10 Om die klant te beïndruk, moet baie tegniese woorde gebruik word om die gebruik van 'n produk te verduidelik.

(10 × 1) (10)
[30]

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 2

2.1 Verbruikers se houding teenoor lewensgehalte/gesondheid en fiksheid word, binne 'n uitgesoekte kommersiële omgewing, gedragstendense in sosiale interaksie.

Bestudeer die maaltydplan van twee tienermeisies vir hulle hoofmaaltyd saans en beantwoord die vrae.

TIENER A	TIENER B
Gebraaide ('roast') hoender	Gebraaide ('Fried') hoenderbors
Gebakte aartappel	Slaptjips ('Chips')
Gestoomde vars groenboontjies	Rissiesous
Roerbraaiwortels	Skons
Mengelslaai	Vanillaroomys
Vars koejawels en pere met laevet-vla	

2.1.1 Watter maaltydplan tussen tiener A en tiener B is die gesonde keuse? (2)

2.1.2 Motiveer jou antwoord in VRAAG 2.1.1 deur die twee maaltydplanne te vergelyk. (4)

2.1.3 Identifiseer minstens VIER voedselafsetplekke in jou gemeenskap waar 'kitskos' verkoop word. (4)

2.2 Noem VIER produkte wat die tieners kan koop en gebruik om gesond te bly. (4)

2.3 Die ouma het besluit om by hierdie twee tienermeisies te kom bly.

2.3.1 Gee TWEE voorbeelde van kos wat jy sou aanbeveel vir die ouma se dieet. (2)

2.3.2 Verduidelik die verskil tussen 'n *produk* en 'n *diens*. (2 × 2) (4)

2.3.3 Gee VIER voorbeelde van diensondernemings. (4 × 2) (8)

2.3.4 Watter advies sou jy aan verbruikers gee om te verseker dat hulle gesonde kos eet? (2)

[30]

VRAAG 3

3.1 Verduidelik die konsep *verbruiker* in jou eie woorde. (2)

3.2 Ondernemings gebruik verskillende klassifikasies om hulle dokumente te liasseer.

Verduidelik die volgende klassifikasiemetodes:

3.2.1 Numeriese klassifikasie

3.2.2 Alfabetiese klassifikasie

(2 × 2) (4)

3.3 Identifiseer die sosiale klas wat verkies om die volgende produkte te koop:

3.3.1 Duur juweliersware

3.3.2 Woolworths-kruideniersware

3.3.3 Mercedes Benz

3.3.4 Om te gaan fliek

3.3.5 Kampstoele

3.3.6 Pep Store-klere

(6 × 1) (6)

3.4 Beskryf TWEE gedragspatrone wat tipies is van 'n ideale verbruiker. (4)

3.5 Identifiseer SES nuwe tegnologieë wat verbruikers se lewenstyl kan beïnvloed. (6)

3.6 Gee VIER maniere waarop 'n klant se emosies beoordeel kan word. (4)

Kopiereg voorbehou

3.7 Noem VIER elemente van die promosiemengsel ('promotional mix') wat ondernemings help met die aanbieding van inligting oor produkte en dienste aan klante. (4)

[30]

VRAAG 4

4.1 Gee TWEE kenmerke van 'n ope vraag ('open-ended question'). (2 × 2) (4)

4.2 Verduidelik die volgende met betrekking tot kommunikasie:

4.2.1 Stemtoon

4.2.2 Tempo ('Pace')

(2 × 2) (4)

4.3 Alle inligting word veilig in leêrs gehou vir gebruik deur verskillende mense in die onderneming.

Verduidelik DRIE maniere om te verseker dat almal weet waar die leers geplaas is. (3 × 2) (6)

4.4 Noem VIER soorte inligting wat jy sal bekom uit klante se klagtes. (4)

4.5 Verduidelik DRIE versperrings tot kommunikasie. (3 × 2) (6)

4.6 Wat is die doel daarvan om rofweg aantekeninge te maak terwyl die klant besig is om te kla, of navraag te doen oor 'n produk of diens? (6)

[30]

VRAAG 5

5.1 Bemarkers moet inligting kry by verbruikers om presies te weet wat die uitdagings is. Voor jy klante se inligting aanteken, moet jy seker maak dat dit korrek is.

5.1.1 Gee VIER maniere waarop inligting van verbruikers verkry kan word. (4)

5.1.2 Verduidelik DRIE maniere waarop jy seker kan maak dat inligting wat van 'n klant bekom word, korrek is. (6)

5.2 Onderskei tussen die volgende soorte afsetplekke ('outlets'):

5.2.1 Kleinhandelaars

5.2.2 Groothandel

(2 × 2) (4)

5.3 Soms word leêrs en dokumente verlê, of is die kruisverwysings nie behoorlik gedoen nie.

5.3.1 Wat is die VIER probleme wat kan ontstaan wanneer dokumente verkeerd geliasseer word? (4 × 2) (8)

5.3.2 Noem AGT stappe wat jy sal volg om leêrs wat verkeerd geliasseer is, op te spoor. (8 × 1) (8)
[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou