higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

VERBRUIKERSGEDRAG
NKR VLAK 2

(3041032)

22 November 2019 (Y-Vraestel)
13:00–16:00

Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye.

Kopiereg voorbehou

TYD: 3 HOURS
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 BLOU of 'n SWART pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

Kies die korrekte term uit dié wat tussen hakies gegee word. Skryf slegs die woord of woorde langs die vraagnommer (1.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.1 (Sleng/Jargon) is 'n woord of uitdrukking wat in 'n spesifieke vakgebied of deur 'n bepaalde groep mense gebruik word.

1.2 'n (Groothandelaar/Vervaardiger) maak produkte, gewoonlik in groot hoeveelhede in fabrieke, maar ook in kleiner hoeveelhede in werkswinkels.

1.3 (Sosiografika/Demografika) verwys na inligting oor 'n groep soos die mense wat in ’n bepaalde gebied woon.

1.4 'n (Nis-/Gemengde) mark is 'n mark waarin 'n beperkte en gedefinieerde reeks produkte aan 'n bepaalde groep verbruikers verkoop word.

1.5 'n (Fokusgroep/Paneel) is 'n groep mense met spesialiskennis wat raad gee oor 'n bepaalde onderwerp.

1.6 'n (Fisiese/Funksionele) risiko is die bewustelike ('perceived') risiko dat 'n produk nie na verwagting sal presteer nie.

1.7 (Huishouding/Familie) verwys na mense wat óf alleen óf saam met ander aan wie hulle nie verwant is nie, woon.

1.8 (Direkte/Indirekte) metodes verwys na die insameling van inligting by kliënte deur hulle deur middel van opnames, vraelyste, persoonlike en telefoniese onderhoude te nader.

1.9 (Publisiteit/Reklame) is die niepersoonlike voorstelling van idees, goedere en dienste.

1.10 (Hangboog- ('suspension')/Drukboog- ('lever arch') lêers waarin dokumente gehou word, het ronde klampe wat met 'n hefboom oop- of toegemaak word.

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

2.1 Leefstylkenmerk ('life style dimension') is 'n manier van lewe of 'n lewenstyl wat die houdings en waardes van ’n persoon of groep weerspieël.

2.2 Verbale aarseling ('verbal hesitation') beteken iemand gebruik 'h'm', 'h'n' of soortgelyke klanke aan die einde van elke sin.

2.3 Die woord ekonomie verwys na die aktiwiteite van 'n maatskappy rakende die koop en verkoop van 'n produk.

2.4 'n Eskalasieprosedure verwys na die onderskeie stappe van 'n kliëntenavraag voor 'n oplossing gevind word.

2.5 SWP ('SOP') is 'n metode om dokumente van geskandeerde papiere digitaal te stoor.

2.6 Marksegmentasie beteken die mark word in kleiner dele onderverdeel.

2.7 Sosiografika is die oortuiging, leefstyl, kuns en gewoontes of gedragspatroon wat deur die mense in 'n bepaalde gemeenskap gedeel en aanvaar word.

2.8 Demografiese verandering verwys na veranderings wat deur 'n groep verbruikers as geheel in 'n gebied weerspieël word.

2.9 Aanlyn ondersoeke is 'n reeks vrae wat via die internet of per e-pos beantwoord word.

2.10 Finansiële kosbaarhede is een van die redes waarom inligting as waardevol beskou word.

(10 × 1) **[10]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 3

Kies 'n term uit KOLOM B om by 'n beskrywing in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–K) langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
3.1	Dinge wat mense sê of doen wat goeie gesprekvoering of goeie interpersoonlike interaksie belemmer	A	persepsie
3.2	Proses om dinge te maak of kweek wat verkoop moet word, veral in groot hoeveelhede	B	marknavorsing
3.3	Manier waarop 'n verbruiker 'n boodskap vertolk	C	ingewikkelde transaksie ('complex buying')
3.4	Verskeidenheid mense van wie inligting ingesamel is	D	hindernisse
3.5	Betreklik goedkoop produkte wat op 'n gereelde basis gekoop word	E	analise
3.6	Inwin van feite wat betrekking het op enige probleem op die gebied van bemarking	F	beperking
3.7	Data wat verfyn is om gebruikersvriendelik te wees	G	produksie
3.8	Word getoon wanneer kliënte iets duurs koop wat lank moet hou	H	bestek/omvang ('scope')
3.9	Gehalte wat iemand of iets verhoed om so goed of bruikbaar te wees as wat hulle sou kon wees	I	gerief ('convenience')
3.10	Mense in 'n maatskappy wat regstreeks met kliënte sake doen	J	inligting
		K	kliëntediens

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 4

4.1 Noem TWEE liasseermetodes. (2)

4.2 Verduidelik DRIE verskillende metodes wat gebruik kan word om inligting van kliënte in te samel. (3 × 2) (6)

4.3 Verduidelik kortliks die belangrikheid daarvan om 'n kliënt se inligting te herhaal voordat dit opgeteken word. (2)

4.4 Noem TWEE belangrike maniere om inligting van 'n kliënt op te teken. (2)

4.5 Noem enige VIER departemente van 'n organisasie wat kliëntinligting nodig het. (4)

4.6 Noem SEWE stappe om 'n vermiste dokument op te spoor. (7)

4.7 Noem VIER soorte lêers wat gebruik kan word om inligting te stoor. (4)

4.8 Verduidelik kortliks waarom verbruikers belangrik is vir ons ekonomie. (3)
[30]

VRAAG 5

5.1 Identifiseer die soort verbruikersprodukte by elk van die volgende:

5.1.1 Tydskrif

5.1.2 Melk

5.1.3 Voertuig

5.1.4 Assuransie

5.1.5 Kerse

(5 × 1) (5)

5.2 Prys is 'n belangrike faktor in die bepaling van die aard van 'n mark. Aanvraag is die aantal mense wat gewillig en in staat is om 'n produk of diens teen verskillende pryse te koop. Verskaffing is die aantal verkopers wat goedere of dienste bied.

5.2.1 Verduidelik hoe die vermeerdering in voorraad 'n daling in die prys van goedere en dienste meebring. (3 × 2) (6)

5.2.2 Wanneer veroorsaak 'n styging in aanvraag 'n styging in die prys van 'n produk? (2)

Kopiereg voorbehou

5.2.3 Verduidelik kortliks hoe 'n verandering in die prys van goedere die aard van die mark waarin hulle verkoop word, beïnvloed. (3 × 2) (6)

5.3 Identifiseer die soort verbruikers wat by die situasies hier onder sal baat:

5.3.1 John se meubelwinkel koop hout, gom, neute, skroewe en boute om meubels aanmekaar te sit.

5.3.2 Northcliff College koop nuwe skootrekenaars en boeke vir die biblioteek sodat die studente kan studeer.

5.3.3 Die Noordwes- provinsiale department van gesondheid koop meer toerusting vir hospitaalteaters.

(3 × 1) (3)

5.4 Gee VIER redes waarom bemarkers die mark ontleed en in segmente verdeel. (4 × 2) (8)

[30]

VRAAG 6

6.1 Verduidelik *elektroniese liasseerstelsel*. (2)

6.2 Identifiseer elke soort vraag hier onder:

6.2.1 As jy lewensversekering koop, hoe sal jy die betalings doen?

6.2.2 Verstaan jy?

6.2.3 As ons jou in diens neem, wat kan jy doen om ons verkope te verbeter?

6.2.4 Jy is mos geïnteresseerd in ons produkte, nè?

(4 × 1) (4)

6.3 Noem SES maniere om inligting te verskaf. (6)

6.4 Verduidelik die doel daarvan om tydens 'n gesprek met 'n kliënt kladaantekeninge ('rough notes') te maak . (3)

6.5 Beskryf kortliks VYF soorte gedrag van verbruikers se koopgedrag. (5 × 2) (10)

6.6 Gee VYF redes waarom inligting as waardevol beskou word. (5)

[30]

Kopiereg voorbehou

VRAAG 7

7.1 Gee DRIE metodes wat gebruik kan word om inligting geheim te hou. (3)

7.2 Verduidelik kortliks die uitwerking van 'n skending ('breach') in die sekuriteit van 'n maatskappy. (3)

7.3 Noem DRIE redes waarom standaardwerkprosedures gevolg moet word as iets bereik moet word. (3 × 2) (6)

7.4 Noem TWEE soorte lêers wat gebruik kan word om inligting te stoor. (2)

7.5 Noem VYF probleme wat bemarkers met fokusgroepe kan ondervind. (5 × 2) (10)

7.6 Bespreek die invloed wat maatskaplike veranderinge al op die koopgedrag van verbruikers gehad het. (3 × 2) (6)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL 150

Kopiereg voorbehou