higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

VERBRUIKERSGEDRAG
NKR VLAK 4

(3041034)

12 Maart 2018 (Y-Vraestel)
13:00–16:00

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

Copyright reserved

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.

Copyright reserved

AFDELING A

VRAAG 1

Voltooi die volgende sinne deur die woorde in die onderstaande lys te gebruik. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer (1.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

motivering; opvolging; inkomste; vormbruikbaarheid; grond; onderdanig-vyandige kliënt; mediabestudering; graderingsetiket; prospektering; fisieke verspreiding; handelsmerk; erkenningsbenadering; intensiewe verspreiding

1.1 ... is ’n term, ontwerp, simbool of enige ander kenmerk wat een bemarker se produk of diens van dié van ander onderskei.

1.2 ’n ... is stil en sku vir nuwe idees, en vermy dit om persoonlike kwessies te bespreek.

1.3 Die voortdurende bewustheid van potensiële kliënte staan bekend as ...

1.4 ... is ’n interne menslike dryfveer wat deur ’n onvervulde behoefte veroorsaak word en ’n vervulde behoefte tot gevolg het.

1.5 ... word verkry omdat ’n produk omskep/getransformeer is in ’n vorm en grootte wat verbruikers begeer.

1.6 ... hou verband met die bestuur van die fisieke vloei van goedere en dienste van produsent na kliënt.

1.7 Die verkoopstegniek wat gebruik word wanneer ’n verkoopspersoon besig is om een kliënt te bedien, en ’n tweede of derde kliënt kom die winkel binne, staan bekend as ...

1.8 ... behels ’n aanduiding van ’n produk se gehalte.

1.9 Die waarde van finansiële hulpbronne wat ’n persoon tot sy/haar beskikking het, staan bekend as ...

1.10 ... help om die gesag te bevestig op die manier waarop jy die klagte hanteer en bied ’n terugvoeringsmetode.

(10 × 1) **[10]**

Copyright reserved

VRAAG 2

Kies die korrekte woord(e) uit dié wat tussen hakies gegee word. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

2.1 Die negatiewe en onseker emosie ná die aankoop staan bekend as (sosiale/kognitiewe) dissonansie.

2.2 Eksklusiewe verspreiding is wanneer produkte by (enkele geselekteerde/alle) tussengangers beskikbaar gestel word.

2.3 Verimark en Glomail is voorbeelde van (indirekte/direkte) bemarking.

2.4 'n Familie is 'n groep mense wat geneties en (sosiaal/polities) verwant is.

2.5 (Verwysing/nieverwysing) -aanvoorwerk/prospektering staan bekend as blinde werwing en beteken dat die verteenwoordiger die name insamel van moontlike kliënte wat hy/sy glad nie ken nie.

2.6 Maatskappy- (beleid/klagtes) help die maatskappy om sake reg te stel.

2.7 (Skandering/Strepieskodering) is 'n nommeringstelsel wat deur 'n elektroniese skandeerder/aftaster gelees kan word.

2.8 (Verwysingverkoop/Huiweringsbenadering) is 'n tegniek waarvolgens elke kliënt wat by een winkelafdeling koop, beskou word as 'n potensiële koper in 'n ander afdeling.

2.9 (Etikettering/Verpakking) is 'n groep aktiwiteite wat ontwerp, vervaardiging en die volmaak van 'n houer asook die toedraai van die produk behels sodat dit beskerm en gestoor kan word.

2.10 Die (werklike/spieël-) self handel oor hoe die kliënt dink ander mense hom/haar beskou.

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 20

Copyright reserved

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 Familiehandelsmerkgewing word vir verskillende produkreekse ontwikkel. Die onderneming se naam word aan ’n individuele produk se naam gekoppel.

Gee VYF voorbeelde van familiehandelsmerke. (5 × 1) (5)

3.2 Noem en verduidelik VYF stadiums van die aanvaardingsproses. (5 × 2) (10)

3.3 Beskryf die DRIE tipes konflik wat in die verspreidingskanaal kan plaasvind. (3 × 2) (6)

3.4 Illustreer DRIE verspreidingstruktuurmoontlikhede van die verspreidingskanaal. (3 × 2) (6)

3.5 Die kwalifisering van name of leidrade is een van die stappe wat gebruik word om ’n lys van moontlike kliënte saam te stel. (3)

Noem DRIE kriteria wat gebruik word om elke leidraad in hierdie stap te evalueer. **[30]**

VRAAG 4

4.1 ’n Eerste indruk is deurslaggewend vir die sukses van verkope. Verkoopspersoneel word dikwels gekritiseer omdat hulle nie weet hoe om ’n goeie eerste indruk te maak nie.

Noem SES dinge wat eerste indrukke benadeel en redes waarom kliënte nie by sekere kleinhandelsverkoopspersoneel koop nie. (6)

4.2 Gee TWEE voorbeelde van goedere wat verbruikers kan koop deur die volgende tipes koopbesluit te gebruik.

4.2.1 Verlengde koopbesluit

4.2.2 Roetinekoopbesluit

4.2.3 Impulsiewe koopbesluit

(3 × 2) (6)

4.3 Identifiseer die tipe funksionele verpakkingstrategie wat in die volgende gevalle gebruik word:

4.3.1 Glashouer wat tee bevat

4.3.2 Glashouer wat parfuum bevat

4.3.3 Kellogg’s-graankos Disney-versameling

4.3.4 Verskeidenheidspakke tee

4.3.5 Wyn-van-die-maand-afleweringspakkette

(5 × 1) (5)

Copyright reserved

4.4 Etikettering koppel ’n verpakking aan ’n handelsmerk. Dit gee ook ’n beskrywing van die produk, met inligting oor die inhoud.

Noem VYF voordele van etikettering. (5)

4.5 Verduidelik DRIE funksies van verpakking. (3 × 2) (6)

4.6 Noem SEWE items of soorte inligting wat op ’n etiket aangetref word. (7)
[35]

VRAAG 5

5.1 Jy werk as ’n verkoopsverteenwoordiger by Bruma-versekeringsmaatskappy. Jy wil ’n lys name ontwikkel van mense wat jy kan kontak. Jy vra jou tevrede kliënte om name te verstrek van mense wat hulle ken, sodat jy hulle kan kontak.

Gee VYF voorbeelde van vrae wat jy sal gebruik om die name in die hande te kry. (5)

5.2 Verwysingskliënte kan beoordeel word deur verskillende kriteria te gebruik.

Noem VIER kriteria wat gebruik kan word om verwysingskliënte te evalueer. (4)

5.3 Identifiseer die tipe beswaar uit die volgende sinne.

5.3.1 Die kliënt kla oor die hoë koste van ’n klein elektriese trekker, omdat hy/sy nie weet dat dit vir verskeie dinge gebruik kan word nie, soos tuinwerk, uitgrawing en vervoer.

5.3.2 Die kliënt verkies Stuttafords se klere bo JET se klere.

5.3.3 Ek wil eers met my eggenoot praat voordat ek hierdie produk koop.

5.3.4 Ek gebruik al jare lank Samsung-wasmasjiene en dit het nog altyd goeie diens gelewer.

(4 × 1) (4)

5.4 Omskryf die term *verbruikerswese.* (2)

5.5 Noem DRIE groepe faktore wat die gedrag van verbruikers beïnvloed. (3)

5.6 Gee VYF faktore wat die aard, omvang en lengte van verspreiding beïnvloed. (5)

5.7 Noem TWEE tipes verkoopsagente/tussengangers. (2)

5.8 Noem VYF verskillende tipes kleinhandelmetodes. (5)
[30]

Copyright reserved

VRAAG 6

Lees die volgende scenario en beantwoord die vrae.

'n Kliënt kla dat die waarborg van 'n elektriese ketel so pas verstryk het en dat die ketel nou stukkend is. Jou gesag stel jou slegs in staat om die ketel te vervang indien dit steeds onder waarborg is. Die kliënt is baie ontsteld en dreig om vir die koerante te sê dat jou winkel 'minderwaardige ketels' verkoop wat net 'n jaar hou.

6.1 Noem SEWE riglyne wat by die hantering van hierdie kliënt se klagte oorweeg moet word. (7)

6.2 Verduidelik kortliks die volgende strategieë vir die hantering van die bogenoemde klagte.

6.2.1 Gly/skuif na been

6.2.2 Baanbreker ('Pathfinder')

(2 × 2) (4)

6.3 Kliënte is geneig om winkels te ondersteun waar hulle soos mense behandel word en nie soos 'n bron van inkomste nie.

Noem DRIE beginsels wat die verkoopspersoon moet nakom om goeie verhoudings met kliënte te handhaaf. (3 × 2) (6)

6.4 Noem VYF voordele wat strepieskodering vir die kleinhandelaar inhou. (5)

6.5 Identifiseer die persepsiekomponente in die onderstaande beskrywings.

6.5.1 Impliseer dat die kliënt nie 'n groot hoeveelheid inligting wat hy/sy in 'n kort tyd ontvang, kan verwerk nie.

6.5.2 Dit beteken die kliënt onthou slegs inligting wat ooreenstem met sy/haar houding/gesindheid en oortuigings, en vergeet die res.

6.5.3 Dit beteken dat die kliënt produkinligting volgens sy/haar persoonlike oortuigings en gesindhede organiseer.

(3 × 1) (3)

6.6 Beskryf VYF kleredragkodes wat die verkoopspersoon behoort te vermy wanneer hy/sy gaan werk. (5)

6.7 Kriteria kan gebruik word om kliënttevredenheid te identifiseer en te beoordeel. (5)

[35]

Noem VYF kriteria wat gebruik word om kliënttevredenheid te meet.

TOTAAL AFDELING B: 130
GROOTTOTAAL: 150

Copyright reserved