higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

VERBRUIKERSGEDRAG
NKR VLAK 4

(3041034)

22 November 2019 (X-Vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 9 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. Begin elke vraag op 'n NUWE bladsy.

5. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Kies die regte woord uit dié wat tussen hakies gegee is. Skryf slegs die woord(e) langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.1.1 Klante se (klagtes/navrae) help die onderneming om sake reg te stel.

1.1.2 Die grootste bron van konflik in die verspreidingskanaal is (hoeveelheid/prys).

1.1.3 (Lewenstyl/Persepsie) is die resultaat van die menslike verstand wat stimuli kies, organiseer en integreer in 'n sinvolle en samehangende geheelbeeld.

1.1.4 'n (Ware/Valse) beswaar is positief omdat dit toon dat die klant belangstel om te koop mits die probleem opgelos kan word.

1.1.5 Om moontlike klante (met 'n verwysing/sonder 'n verwysing) te nader, staan ook bekend as aanklopwerwing ('cold canvassing').

1.1.6 Die (vroeë meerderheid/vroeë aanvaarders) is geneig om meningsleiers te wees en is sosiaal en geografies beweeglik.

1.1.7 (Reklamekuns ('showmanship')/aarseling) as tegniek is nie bedoel om klante te bedrieg nie, maar om die verkoopspersoon te help om vas te stel wat die klant se behoeftes is.

1.1.8 (Afslagwinkels/Supermarkte) werk op 'n selfhelpbasis en bespaar bokoste omdat minder personeel in diens geneem word.

1.1.9 (Verbale/Nieverbale) kommunikasie sluit dit wat klante deur middel van gebare kommunikeer in.

1.1.10 Die (gesentraliseerde/gedesentraliseerde) aankoopproses bestaan waar aankope eksklusief deur een departement in 'n organisasie beheer word.

(10 × 1) (10)

Kopiereg voorbehou

1.2 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.2.1 'n Eienskap wat help om vennootskappe tussen klante en organisasies te bou:

A Stiptelikheid
B Betroubaarheid
C Netwerking
D Kompleksiteit

1.2.2 Inligting op 'n etiket wat die hoeveelheid en gebruik van 'n produk verskaf:

A Aanwysings
B Voedingswaarde
C Bestanddele
D Toevoegsels

1.2.3 Metode wat gebruik word om moontlike klante se inligting te bekom:

A Soek na klante met verwysing ('referral prospecting')
B Klantebasis
C Veldtoets ('field trial')
D Moderering

1.2.4 Verpakking kan die voorkoms van die produk beskadig as gevolg van die volgende:

A Elegansie
B Gesonde beelde
C Kleurvolheid
D Opsigtelike, verwarrende ontwerpe

1.2.5 Algemene soorte etikette sluit die volgende in:

A Handelsmerketiket en saamgestelde etiket
B Handelsmerk- en vervaardigingsetiket
C Handelsmerketiket en etiket met inligting
D Handelsmerketiket en etiket met versorgingsinstruksies

1.2.6 Verbruikersgedrag sluit die volgende drie studievelde in:

A Ekonomiese, maatskaplike en kultuurstudie
B Ekonomiese, maatskaplike en meningstudie
C Ekonomiese, maatskaplike en individuele studie
D Ekonomiese, maatskaplike en lewenstylstudie

Kopiereg voorbehou

1.2.7 Stadium in die aanvaarding van 'n handelsnaam:

A Verdraagsaamheid teenoor die handelsmerk
B Handelsmerk geniet voorkeur
C Herdenking van die handelsmerk
D Handelsmerk word erken

1.2.8 Veranderende situasies val in die volgende kategorie:

A Welstand van die onderneming
B Verantwoordelikhede van die onderneming
C Beleide van die onderneming
D Beeld van die onderneming

1.2.9 As 'n klant een been oor die ander kruis, toon dit hy/sy is:

A Gespanne
B Selfbeskermend
C Hardkoppig
D 'n Leuenaar

1.2.10 In 'n onderdanige handdruk word die handpalm so gedraai:

A Vertikaal
B Opwaarts
C Afwaarts
D Sywaarts

(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 sluiting van 'n transaksie is die einde van die verkoopproses.

1.3.2 In sakemarkte ('business markets') het aankope gewoonlik 'n hoër frekwensie.

1.3.3 Dit is onwaarskynlik dat 'n onderneming geen klagtes ontvang nie omdat die onderneming perfek is; dit is eerder moontlik dat klante glo dit gaan nie help om te kla nie en daarom gaan hulle liewer na 'n ander onderneming.

1.3.4 Die doel van 'n produkwaarborg is om potensiële kopers ekstra vertroue te gee in die produkte wat verkoop word.

1.3.5 Finansiering geskied dikwels direk deur voor of met aflewering te betaal, op krediet te verkoop en kontantkorting toe te staan.

1.3.6 Dit is raadsaam om aannames te maak oor klante se behoeftes.

Kopiereg voorbehou

1.3.7 Suksesvolle soekers na nuwe klante glo in die waarde van hul produkte en is entoesiasties oor hul vermoë om in hul klante se behoeftes te voorsien.

1.3.8 As jy nie tevrede is met iets waarvoor jy betaal het nie, het jy die reg om by die verkoper te kla en aan te dring op 'n terugbetaling of vervanging.

1.3.9 Die doel van eksklusiewe verspreiding is om verkope te verminder deur mededingende handelsmerke te skakel.

1.3.10 Voorkoms, klere en ouderdom moet gebruik word as aanduiders van die gehalte van die diens wat klante moet ontvang.

(10 × 1) (10)
[30]

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 2

Bestudeer die volgende kaart en beantwoord die vrae.



2.1 2.1.1 Watter persentasie klante kla oor hoë pryse? (1)

2.1.2 Oor watter TWEE goed kla klante volgens die bostaande kaart die meeste? (2)

2.2 Verduidelik kortliks DRIE strategieë om klante se klagtes te hanteer. (3 × 2) (6)

2.3

Staafkode



2.3.1 Noem VYF voordele wat die gebruik van staafkodes vir kleinhandelaars inhou. (5)

2.3.2 Verduidelik wat die volgende syfers op die staafkode voorstel:

(a) 23456

(b) 78901

(2 × 2) (4)

2.4 Noem VIER verbruikersregte. (4)

2.5 Definieer die volgende tegnieke om klante te nader ('prospecting'):

2.5.1 Verwysingsverkope ('referral sales')

2.5.2 Mediaskandering

(2 × 2) (4)

2.6 Noem VIER redes waarom tussengangers gebruik word. (4)

[30]

VRAAG 3

3.1 Kies 'n item uit KOLOM B wat pas by 'n beskrywing in KOLOM A. Skryf slegs die letter (A–G) langs die vraagnommer (3.1.1–3.1.5) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
3.1.1	Dit kan ook 'n haal-en-betaal-groothandelaar ('cash and carry') wees.	A	Goederegroothandelaar ('merchant wholesaler')
3.1.2	Katalogusse word aan potensiële klante gepos wat dan bestellings plaas	B	makelaars
3.1.3	Groothandelaar wat (gewoonlik bederfbare) produkte koop en aflewer	C	rakgroothandelaars
3.1.4	Hulle bestuur rakspasie in kleinhandelsake	D	direkte handelaars ('drop-shippers')
3.1.5	Hulle bied vir die kleinhandelaar 'n diens soortgelyk aan wat hulle vir verbruikers bied; hulle nou nie goedere in voorraad nie, maar kontak produsente wat dan self die goedere aan verbruikers lewer	E	posbestellings-groothandelaars
		F	selfbediening
		G	afleweringsgroot-handelaar ('truck jobber')

(5 × 1) (5)

3.2 Bestudeer die handelsname hier onder en beantwoord die vrae.



3.2.1 Watter EEN van die handelsname is beskrywend? (1)

3.2.2 Definieer die term *beskrywende handelsnaam.* (2)

3.2.3 Is McDonald's en Burger King mededingers? Staaf jou antwoord. (2)

3.3 Verduidelik VYF maniere om verwysings ('referrals') bekend te stel. (5)

3.4 Noem TWEE voorbeelde van vervaardigershandelsname. (2)

3.5 Noem VYF voorbeelde van algemene klagtes deur klante. (5)

3.6 Noem VYF redes waarom verbruikers hul werklike besware verswyg. (5)

3.7 Noem DRIE negatiewe verbale tekens. (3)

[30]

VRAAG 4

4.1 Noem die laaste VYF stappe van die verbruiker se besluitnemingsproses. (5)

4.2 Noem VYF wenke vir 'n verkoopspersoon om te weet wanneer om stil te bly en na 'n klant te luister. (5)

4.3 Verduidelik kortliks VYF tegnieke wat gebruik kan word om probleme op te los. (5 × 2) (10)

4.4 Voltooi die volgende stellings deur die regte funksie of soort verpakking te verskaf. Skryf slegs die antwoord langs die vraagnommer (4.4.1–4.4.4.) in die ANTWOORDBOEK neer.

4.4.1 Verpakking wat aangepas is om produkte veilig te hou teen die versteuring van verseling word … genoem.

4.4.2 Verpakking wat produkte soos tamaties bymekaarhou sodat dit maklik gedra kan word, word ... genoem.

4.4.3 Verpakking wat aan parfuum 'n eksklusiewe beeld gee, word ... genoem.

4.4.4 Verandering van die verpakking deur byvoorbeeld Wêreldbeker-sokkerspelers se gesigte daarop te druk, word ... genoem. (4 × 2) (8)

4.5 Skryf 'n stelling neer wat wys dat die klante 'herkenning' gebruik 'n teken van aanvaarding van 'n handelsnaam. (2)

[30]

VRAAG 5

5.1 Bespreek VYF funksies van groothandelaars kortliks. (5 × 2) (10)

5.2 Noem en verduidelik DRIE soorte konflik wat op alle vlakke van die verspreidingskanaal gevind kan word. (3 × 2)

5.3 Noem DRIE ekonomiese bepalers van verbruikers se koopgedrag. (3)

5.4 Verduidelik wat *soek na klante met verwysing* ('referral prospecting') beteken. (2 × 2) (4)

5.5 Kleinhandelaars word deur verbruikers gekritiseer omdat hulle nie weet hoe om 'n goeie eerste indruk te maak nie.

Noem SEWE dinge wat 'n swak indruk maak en verhoed dat klante by sekere kleinhandelaars koop. (7)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou