higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT BEROEPSGERIG

ADVERTERING EN PROMOSIES
NKR VLAK 3

XX Februarie 2020

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 7 bladsye.

Kopiereg voorbehou

DIT IS 'N TEORETIESE RIGLYN. ENIGE ANDER RELEVANTTE ANTWOORDE KAN OORWEEG WORD.

VRAAG 1

1.1 Waar
1.2 Waar
1.3 Waar
1.4 Onwaar
1.5 Waar
1.6 Waar
1.7 Onwaar
1.8 Waar
1.9 Waar
1.10 Waar

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

2.1 B
2.2 D
2.3 A
2.4 F
2.5 C
2.6 E
2.7 G
2.8 H
2.9 J
2.10 I

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

3.1 bemarkingstrategie
3.2 wanorde/verwarring
3.3 Openbare betrekkinge
3.4 Beswaar
3.5 tydraamwerk
3.6 Selfnadenke
3.7 POP (persoonlike ontwikkelingsplan)
3.8 Uitkontraktering
3.9 Korporatiewe kultuur
3.10 bemarkingskommunikasie

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 4

4.1
- Selfoon
- Slimfoon ('Smart phone')
- Televisie (3)

4.2 Grootste persentasie gebruikers in Suid-Afrika (2)

4.3
- SMS
- MMS (2)

4.4
- Boodskap oorgedra:✓ Die rede vir die mediaplan is om die regte boodskap aan die publiek te kommunikeer. Die boodskap moet die missie verduidelik, help om verkope te verhoog en die publiek bewus te maak van die produk of maatskappy.✓
- Teikenmark bereik:✓ Die boodskap moet die korrekte persentasie van die beplande teiken bereik. As die korrekte persentasie nie bereik word nie, hersien die mediaplan.✓
- Uitwerking op die organisasie:✓ As die mediaplan suksesvol was, sal verkope toeneem, en dit sal tot 'n toename in wins lei en doelwitte sal bereik word. Meer produksie en verkope sal tot meer personeel lei. Klante sal ook 'n beter persepsie van die maatskappy vorm.✓
- Uitwerking op die produk/diens geadverteer:✓ Die maatskappy kan die produk of diens verbeter. Dit kan meer modelle bekendstel of kenmerke by bestaande modelle voeg.✓ (4 × 2) (8)

4.5
- Koste
- Aard van diens en produk
- Teikengroepe in die publiek
- Sirkulasie (4)

4.6
- Prospektering en kwalifisering
- Voorafbenadering
- Benadering
- Verkoopsaanbieding
- Hantering van besware
- Beklink verkope
- Volg op (7)

4.7
- Interne diensverskaffers werk binne die organisasie.
- Eksterne diensverskaffers werk nie vir die organisasie nie. (2 + 2) (4)

[30]

VRAAG 5

5.1 Dit word gebruik om ’n produk anders as enige ander te maak. Dit help klante om die produk tussen soortgelyke produkte uit te ken. (2)

5.2
- Produkstrategieë:✓ 'n Organisasie soos Capitec Bank kan sy produk differensieer deur klante toe te laat om geld by supermarkte te trek.✓
- Prysstrategieë:✓ 'n Organisasie soos PEP-klerewinkel gebruik lae pryse om hulle van ander organisasies te differensieer.✓
- Plek-/Verspreidingstrategieë:✓ 'n Organisasie soos Coca-Cola versprei sy produkte aan baie winkels en differensieer hom van ander maatskappye.✓
- Promosiestrategieë:✓ Absa het die maatskappy se handelsmerk onlangs verander en dit is sigbaar in hulle promosies.✓
- Diensstrategieë:✓ 'n Organisasie wat 'n naverkoopsdiens vir hulle produk verskaf, differensieer hulle van ander organisasies.✓ (Enige 4 × 2) (8)

5.3
- Nodige handelsware:✓ Bepaal watter handelsware of produkte jy vir jou strategie benodig.✓
- Nodige promosiemateriaal:✓ Bepaal die promosiemateriaal wat jy benodig, byvoorbeeld, plakkate, reklameborde en monsters om aan klante te gee.✓
- Belangrikheid van tydraamwerke:✓ Dit is belangrik om al die promosiemateriaal betyds gereed te hê vir jou promosie.✓
- Implemenering van die planne:✓ Wanneer jy jou strategie implementeer, hou by die planne wat jy gemaak het.✓
- Personeelopleiding vir die implementering:✓ Lei die mense op wat die promosiewerk gaan doen.✓
- Begroting:✓ Hou by die begroting wanneer die plan geïmplementeer word.✓
- As veranderinge gemaak word, behoort dit met die res van die span bespreek te word. (5 × 2) (10)

5.4
- Prysverlagings/Afslag van R170 tot R150
- Koepon vir R5 wat gebruik kan word as afslag om 'n nuwe produk te koop
- 'n Bewys wat jou gratis ingang by 'n geleentheid bied as jy die nuwe Ford Fiesta koop
- Gratis monster van nuwe OMO-waspoeier
- Gratis geskenke/goedere wanneer jy 'n stel messe op promosie koop
- Kompetisies wat aantreklike pryse bied, soos 'n selfoon

(Enige relevante 2 × 1) (2)

5.5
- Wie is die mededingers?
- Wat doen die mededingers?
- Wat is die mededingers se sterk punte en swakhede?
- Wat is die mededigners se bemarkingstrategieë? (4 × 2) (8)

[30]

VRAAG 6

6.1 Super Service Awards-kompetisie (2)

6.2 Werwing en behoud van die regte mense✓✓ en handhawing van gesonde verhoudings met werknemers en arbeidsverteenwoordigers✓✓ (2 × 2) (4)

6.3
- Hoeveelheid werk gedoen deur werknemer
- Gehalte van werk
- Kennis van die werk of produk
- Tegniese of ander vaardighede
- Daag betyds op vir werk
- Vermoë om as 'n spanlikd saam te werk
- Deelname (Enige relevante 2 × 1) (2)

6.4
- Om te sien hoe goed die werknemer die afgelope jaar gevaar het
- Om te bespreek hoe die werk makliker gemaak of beter gedoen kan word
- Om uit te sien na die volgende jaar, doelwitte te stel en enige nodige opleiding te beplan
- Om oor salarisverhogings en bonusse te besluit na gelang van die werknemer se prestasie (4 × 2) (8)

6.5
- Strukturele konflik:✓ Verskille weens eksterne kragte (fisiese hulpbronne)✓
- Verhoudingskonflik:✓ Mense wat nie oor die weg kom nie as gevolg van negatiewe gevoelens of gedagtes tussen hulle✓
- Leierskapkonflik:✓ Wanneer jy nie met die leierskapstyl van jou span saamstem nie✓
- Stylkonflik:✓ Wanneer mense verskil in hoe hulle take hanteer ✓
- Mede-afhanklike konflik:✓ Wanneer jy van iemand anders afhanklik is om eers hulle deel van die werk klaar te maak voordat jy kan voortgaan✓
- Kommunikasieprobleme:✓ Nie luister nie of misverstande✓
- Persoonlike verskille:✓ Lede kan dalk verskillende waardes, persoonlikhede, kultuuragtergronde, opvoeding en ervarings hê✓
- Verskille oor rolle en verantwoordelikhede:✓ Spanlede verskil oor hulle rolle in die span✓ (Enige 3 × 2) (6)

6.6
- Ondersteun mekaar
- Doen hulle deel van die werk
- Dink aan nuwe of beter maniere om dinge te doen
- Het dieselfde doelwitte en mikpunte
- Weet presies wat hulle moet doen
- Beskou hulleself as 'n span
- Gee hulle eie menings en idees, maar toon respek vir ander spanlede se menings en idees
- Neem deel aan bemarkingsbesluite en bespreking van planne
- Maak hulle werk betyds klaar
- Poog om goeie verhoudings met ander spanlede op te bou

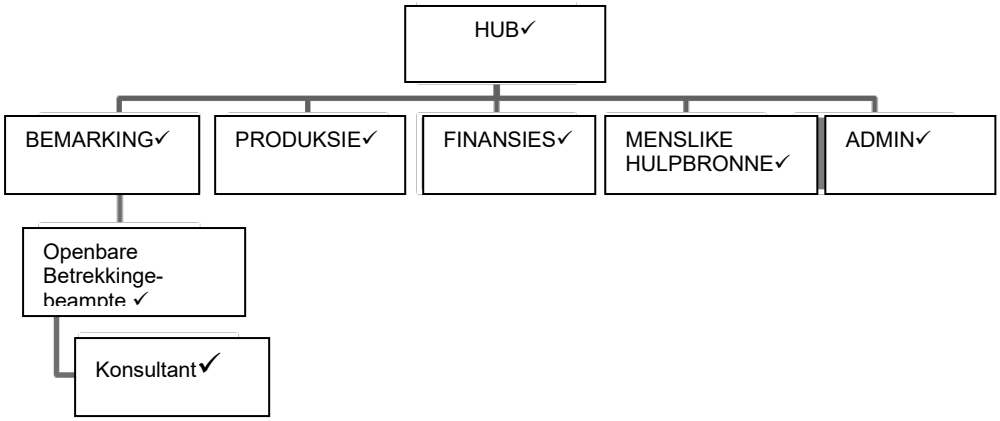
(Enige relevante 4 × 1) (4)

6.7
- Om eerlik met ander in die organisasie te wees
- Om eerlik met die publiek in advertering en promosies te wees
- Om veilige produkte te produseer
- Om wette, soos dié oor gesondheid en veiligheid by die werk, na te kom
- Om die waarheid te praat oor jou eie opvoeding en werkervaring
- Om nie enigiemand anders in die organisasie te na te kom deur optrede of woorde nie
- Om nie die omgewing te benadeel nie (Enige relevante 4 × 1) (4)

[30]

VRAAG 7

7.1



(8 × 1) (8)

7.2
- Rede vir advertering
- Wat die organisasie wil sê
- Waar om dit te sê
- Wanneer om dit te sê
- Hoe dikwels om dit te sê
- Hoeveel dit kos
- Hoe goed die plan werk (7)

7.3
- Duidelik en eenvoudig
- Realisties
- Meetbaar
- Rede waarom doelwit belangrik is
- Nie te veel doelwitte nie
- Proses van konsultasie
- Gesamentlike besluitneming om doelwitte te stel (Enige 3 × 1) (3)

7.4
- Persoonlike interaksie met klante
- Ontwikkeling van verhoudings met klante
- Bly in aanraking met die markplek
- Verkryging van inligting oor produkte
- Help om inligting oor mededigners in te samel (Enige 4 × 1) (4)

7.5
- Kontroleer vlakke van handelsware:✓ Hierdie proses vind voor en gedurende die promosie plaas. Dit sal die verlies van verkope en ongelukkige klante verminder/voorkom omdat jy nie het wat hulle wil hê nie.✓
- Kontroleer die gehalte van promosiemateriaal:✓ Alle promosiemateriaal moet skoon, netjies en aantreklik wees, want dit skep 'n goeie indruk by klante. Plakkate moenie gebuig wees nie. Die gebruik van duidelike helder kleure skep 'n goeie indruk en sal tot klante lei.✓
- Identifiseer probleme met promosie:✓ Handelsware van swak gehalte of met fabrieksfoute skep 'n swak indruk vir die besigheid.✓
- Neem regstellende optrede:✓ As daar ’n probleem is, stel dit reg. Deur dit reg te stel, sal jy 'n goeie indruk oor jou besigheid skep.✓ (Enige 4 × 2) (8)

[30]

TOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou