higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

ADVERTERING EN PROMOSIES
NKR VLAK 4

27 Februarie 2020

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 9 bladsye.

Kopiereg voorbehou

VRAAG 1

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

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

2.1 C
2.2 E
2.3 A
2.4 B
2.5 G
2.6 D
2.7 H
2.8 F
2.9 K
2.10 M
2.11 I
2.12 N
2.13 J
2.14 O
2.15 L

(15 × 1) **[15]**

VR**AAG 3**

3.1 netwerk
3.2 onderhandeling
3.3 kopieskryf
3.4 spotprys
3.5 ekwiteit
3.6 lewertyd
3.7 media
3.8 promosie
3.9 terugbetaling
3.10 afkoel
3.11 fokusgroep
3.12 druk
3.13 weerstand
3.14 algemene
3.15 statutêre

(15 × 1) **[15]**

Kopiereg voorbehou

VRAAG 4

4.1
- Om in te lig
- Om te oorreed
- Om handelsmerkbeeld te bou
- Om te herinner
- Om groei in verkope te bevorder
- Om koopdoelwitte te bereik
- Om 'n produk bekend te stel
- Om klante te kry
- Om te onderskei
- Om te posisioneer
- Om wins te verhoog
- Om begeerte te skep
- Om aksie aan te moedig
- Om bewussyn te skep (Enige 4 × 1) (4)

4.2 4.2.1 Openbare Skakelinstituut van Suid-Afrika (2)

4.2.2
- Dit is 'n plaaslike professionele liggaam wat 'n kode van standaarde en etiek daarstel.
- Dit koördineer die reklamebedryf wêreldwyd. (4)

4.3
- Hanteer klagtes vinniger en goedkoper as die howe
- Pas sy regulasies vinniger en makliker aan by veranderende omstandighede as wat wette aangepas kan word.
- Die bedryf volg hierdie kode vrywillig en is minder geneig om die reëls te onduik as wat so dikwels met wette gebeur.
- 'n Kode help om vertroue en welwillendheid te skep tussen adverteerders en klante.
- Aspekte van advertensie soos goeie maniere en smaak wat die wet nie maklik kan beheer nie kan gereguleer word. (Enige 4 × 2) (8)

4.4
- Strateeg: Gebruik marknavorsing om algehele markstrategieë te skep
- Kliënteskakel: Hanteer kliënte regstreeks en lê kliënte se behoeftes voor aan die ander lede van die organisasie.
- Vloeikoördineerder: Hanteer die werkvloei van die hele agentskap vir elke stadium van die proses en verseker dit bly binne die geskeduleerde tyd en begroting.
- Kunskoper: Koop kreatiewe dienste van buite soos fotograwe, illustreerders en kies akteurs en stemme.
- Produksie: Beheer druk en versprei van advertensies en soek materiaal soos pryse vir kompetisies en enige ander items wat vir promosies nodig is.
- Kreatiewe direkteur: Beplan advertensies, beheer veldtogte en hersien aanbiedings.
- Hoof- tegniese beampte: Fokus op wetenskaplike en tegnologiese kwessies in die organisasie.
- Animasiekunstenaar: Gebruik kunstegnieke en tegnologie om lewelose dinge lewe en beweging te gee.
- Kunsdirekteur: Skep die geheelontwerp vir 'n projek en lei ander wat die kunswerk of uitleg ontwikkel.. (Enige 4 × 2) (8)

Kopiereg voorbehou

4.5
- Gewoonlik eenvoudig
- Uniek
- Kan tot advertensiereeks lei
- Meer as een veldtog moontlik
- Skep vertroue
- Waardevol
- Onvergeetlik (Enige 4 × 1) (4)

4.6 4.6.1 Fokus op die verkoop van produkte aan ander ondernemings soos kleinhandelaars.

4.6.2 Verskaf aansporings aan die verkooppersoneel van 'n organisasie om meer produkte te verkoop.

4.6.3 Gerig op die publiek en word gekry in winkels en die media (3 × 2) (6)

4.7
- Koste
- Hulpbronne
- Vaardighede en kennis
- Voordeel vir kliënt
- Ooreengekome tydskedule (Enige 4 × 1) (4)

[40]

VRAAG 5

5.1 5.1.1 (a) Win a car (2)

(b) Staedtler (2)

(c) Click here to enter (2)

(d)
- Moet enige TWEE Staedtler-produkte koop en tussen 8/12/14 en 15/02/15 inskryf
- Jy moet die produk se strepieskode hê om in te skryf en die kwitansie behou as koopbewys (2 × 2) (4)

(e) Verbruikerspromosie (2)

5.1.2 (a) Interaktiewe media (2)

(b) Advertensie lui 'Click here to enter' (webtuiste). (2)

Kopiereg voorbehou

5.1.3 (a)
- Die beelde is doeltreffend en verbind die skets van die motor met die woorde 'win a car'.
- Die HB-potlood vestig jou aandig op die handelsmerk, naamlik Staedtler.
- Die formaat van die beelde en woorde lyk soos sketse wat die gebruik van potlode/Staedtler-skryfbehoeftes beklemtoon.
- Die advertensie skep die illusie dat dit op gelinieerde papier geteken is. Dit is kreatief en vestig aandag op Staedtler-potlode wat vir tekenwerk gebruik word.
- Beelde is gekoppel aan die advertensie en sy doel.

(Enige 2 × 2) (4)

(b)
- Woorde is eenvoudig en maklik om te verstaan en frases treffend.
- Die oog word getrek na die herhaling van die woord ‘WIN’.
- Die frase WIN WHEELS FOR THE FAMILY is treffend.

(Enige 2 × 2) (4)

(c) Die letterstyl wat soos drukwerk lyk, is effektief, so ook die grootte van die letters. (2)

5.2
- Voordoening
- Oordrewe reklame
- ‘Boni mores’

(3)

5.3 5.3.1
- Goeie manier om handelsmerk- en produkinligting in besonderhede te gee.
- Mense het toegang tot die inligting wanneer hulle verkies en beweeg rond op 'n webtuiste soos hulle wil.
- Jy kan 'n spesifieke gehoor teiken, soos om byvoorbeeld 'n advertensie vir selfdoengereedskap op 'n selfdoenwebwerf te plaas.
- Advertensies kan interaktief wees.
- Dit is kostedoeltreffend.
- 'n Webwerf skep die geleentheid op die nuutste tegnologie te gebruik en by te werk.
- 'n Webteenwoordigheid kan help om geloofwaardigheid by meer klante te kry.
- Dit kan langdurige verhoudings met jou klante en vennote skep.
- Inligting op 'n webwerf word gerieflik bekend gemaak en is enige tyd toeganklik vir enige een op enige plek. (Enige 2 × 2) (4)

5.3.2
- Dit kan moeilik wees om 'n moontlike koper na jou webwerf te lok as die adres nie bekend is nie.
- Verskillende soekenjins gebruik verskillende metodes om webwerwe volgens posisie op hul lyste te plaas.
- Die menu moet op alle blaaie beskikbaar wees om mense te help om te navigeer.
- Die geraasvlak van aanlyn advertensie is hoog omdat daar so baie advertensies op die internet of selfs net op een webwerf is.
- Maak seker dat die webwerf nie gekompromitteer is deur kuberkrakers wat die persoonlike besonderhede van klante kan manipuleer nie.
- Die maatskappy se reputasie sal daaronder ly as die uitleg swak is met te min besonderhede van die diens wat gelewer word.
- As die webwerf stadig laai kan klante belangstelling verloor om te koop of die dienste te ondersoek.
- Die ontvangs van rommelpos kan veroorsaak dat die IP-adres op die swartlys geplaas word.
- As die webwerf ineenstort of nie beskikbaar is nie kan die maatskappy potensiële kopers verloor. (Enige 2 × 2) (4)

5.4 Promosies is korttermynveldtogte wat ontwerp is om die publiek in 'n produk te laat belangstel en opgewonde daaroor te maak. Promosies verhoog verkope, lok belangstelling of bemark 'n nuwe produk. Dit voeg waarde toe tot 'n produk en spoor klante aan om die produk te koop. Aansporings kan kompetisies wees of afslag, geskenke, monsters of lojaliteitsbelonings. Dit word dikwels by verkoopspunte ondersteun met plakkate, baniere, uitstallings of rakplakkers om aandag op die produkte in die winkel te vestig. Borgskappe vir sportspanne, 'n geleentheid of liefdadigheid is 'n ander vorm van promosie. (Enige 3 × 1) (3)

[40]

VRAAG 6

6.1 6.1.1
- Mense wat dink hulle is beter of belangriker as ander in die span
- Personeel wat agteraf van ander praat
- Om raad van spanlede te ignoreer of daaroor te lag
- Om kritiek van 'n klant of 'n direkteur persoonlik op te neem
- Om voortdurend te kla oor moeilike kliënte, sperdatums, jou baas, al die papierwerk
- Om sonder ophou te kla oor klein dingetjies
- Skinder in die werkplek
- Onbetroubaarheid
- Om 'n projek tot die laaste uit te stel
- Om ander werknemers te boelie
- Om leuens te vertel (Enige toepaslike 6 × 1) (6)

6.1.2
- Vermy dit deur terug te tree of die kwessie te omseil.
- Akkommodeer dit deur in te gee en ander hul sin te gee.
- Veg terug en bly by jou standpunt om jou idee aanvaar te kry.
- Kom tot ‘m vergelyk en vind 'n middeweg wat almal pas.
- Werk saam sodat almal tevrede is.
- Hou 'n dinkskrum om 'n vreedsame oplossing te kry.
- Vind 'n gemeenskaplike doel.
- Hanteer een meningsverskil op 'n keer.
- Luister en vra uit.
- Laat die ander persoon sy/haar sin kry.
- Stel die probleem soos jy dit sien en noem jou besware.
- Kom ooreen op 'n aanvaarbare tyd en plek om die konflik te bespreek. (Enige 5 × 1) (5)

6.2
- Verduidelik die kreatiewe idee aan die kliënt.
- Bevat al die kopie wat in die advertensies sal verskyn, soos die opskrif, lyf, radio- en televisietekste.
- Sluit 'n keuse van hoofopskrifte in vir die kliënt.
- Sluit alle verdere besonderhede van die veldtog in wat die kliënt mag nodig kry, soos toekomstige openbare geleenthede. (4 × 2) (8)

6.3
- Doelwitte
- Begroting
- Klante
- Boodskappe wat gestuur moet word
- Medium wat gebruik moet word
- Koppel media en boodskappe (Enige 5 × 1) (5)

6.4
- Ontleed reaksie
- Monitor verkoopsdata
- Doen 'n opname
- Voer onderhoude
- Bestudeer die uitslag (Enige 4 × 1) (4)

6.5
- 'n Ouer of huweliksmaat wat toestemming moet gee
- 'n Kredietverskaffer wat die kredietwaardigheid van die klant moet nagaan voordat die kontrak geteken word
- Wanneer dit goedere en dienste behels soos aflewering, herstelwerk of installasies
- Wanneer sekere vereistes nagekom moet word voordat die kontrak geldig is, soos dat kredietwaardigheid gekontroleer moet word

(Enige toepaslike 2 × 2) (4)

Kopiereg voorbehou

6.6
- Moet nooit teen klante diskrimineer wat krediet betref nie.
- Krediet moet nooit roekeloos toegestaan word voordat vasgestel is of die klant die paaiementbetalings kan bekostig nie.
- Verstrek 'n rede vir die weiering van krediet.
- Maak seker verbruikers verstaan die risiko, koste en verpligtinge in die kontrak.
- Gee aan die verbruiker 'n geskrewe kwotasie voordat die kontrak gesluit word.
- Verskaf alle inligting in eenvoudig, verstaanbare taal.
- Gee aan die verbruiker 'n afskrif van die kredietooreenkoms, asook maandelikse state van wat reeds betaal is en wat nog geskuld word.
- Laat die verbruiker toe om die ooreenkoms te beëindig deur die uitstaande bedrag enige tyd te betaal, plus die rente wat tot op daardie datum verskuldig is. (Enige 4 × 2) (8)

[40]

VRAAG 7

7.1 7.1.1 (a) Die kwaliteite van die produk

(b) Die waarde wat die produk verbruikers bied

(c) Die voordele of kenmerke van 'n produk wat die kompetisie nie besit nie

(3 × 2) (6)

7.1.2
- Skoon tuit
- Spesiale formule
- Aanduider
- Roesbestande houer
- Skeerroom en velsorg vir sensitiewe vel (2-in-1) (Enige 3 × 2) (6)

7.1.3
- Die skoon tuit verminder vermorsing.
- Die spesiale formule maak die vel glad en sag.
- Die aanduider wys wanneer die room min raak.
- Die roesbestande houer laat nie merke nie.
- Skeerroom en velsorg is goed vir sensitiewe velle.
- (2-in-1) vergemaklik gebruik want twee afsonderlike produkte is nie nodig nie.
- Jy spaar geld want jy het net een produk nodig. (Enige 3 × 2) (6)

Kopiereg voorbehou

7.2
- Begin met die handelsmerkbeeld.
- Maak 'n belofte wat belangrik is.
- Maak 'n belofte wat uniek is.
- Kies 'n feit.
- Daag die kompeteerders uit.
- Verander 'n nadeel in 'n voordeel.
- Maak 'n eenvoudige en geloofwaardig handelsmerkbelofte.
- Dit moet anders en onvergeetlik wees.
- 'n Doeltreffende handelsmerkbelofte inspireer. (Enige 5 × 2) (10)

7.3
- Tegniese vaardighede: Die tegniese vaardighede wat nodig is om die werk gedoen te kry.
- Probleemoplossings- en besluitnemingsvaardighede: Moet in staat wees om probleme te identifiseer, moontlike oplossings voor te stel, dit kan evalueer en dan die geskikte keuse te maak.
- Goeie interaksie met mense: Vaardigheid om te luister, terugvoer te gee en konflik op te los, met ander te meng en te kommunikeer (3 × 2) (6)

7.4
- Woorde goed gekies vir die teikenmark.
- Die sinne is oorspronklik en treffend: 'DARE to turn up the volume and make it last all night'.
- Die sinne is kort.
- Elke sin begin in 'n nuwe reël, wat lees vergemaklik.
- Die advertensie eindig met 'n treffende sin: 'Hair so healthy it shines'.
- Die styl en aard is informeel asof daar met 'n vriend gesels word.

(Enige 3 × 2) (6)
[40]

TOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou