higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

# NASIONALE SERTIFIKAAT

## BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
### NKR VLAK 3

(3041023)

**2 Maart 2018 (X-Vraestel)**
**09:00–12:00**

**Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye.**

NCV

**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.

NCVO

## VRAAG 1

Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'waar' of 'onwaar' langs die vraagnommer (1.1–1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.1 'Cold calling' is wanneer 'n bemarker iemand wat hulle nog nie vantevore ontmoet het nie bel of besoek om te probeer om iets aan hulle te verkoop.

1.2 'n Handelsgeheim sluit in vertroulike metodes, patrone en prosesse wat 'n produk anders maak as dié van sy mededingers.

1.3 Massabemarking is die bemarking van 'n produk aan die kleinste moontlike mark wat bestaan uit al die bemarkingsegmente.

1.4 Kliëntediens is hulp wat aan kliënte gegee word slegs voor die aankope.

1.5 Motivering bestaan uit verskillende behoeftes, gevoelens en begeertes wat mense daartoe dryf om op 'n bepaalde manier op te tree.

1.6 Die statutêre elemente verwys na die wette en regulasies wat die struktuur van die onderneming affekteer.

1.7 Kliëntbehoeftes moet duidelik gemaak word.

1.8 Verbale navrae is navrae wat mondelings gedoen word.

1.9 'n Voorbeeld van 'n reklamebord is 'n televisie.

1.10 Korporatiewe bestuur verwys na die manier waarop 'n onderneming bestuur word.

(10 × 1) **[10]**

## VRAAG 2

Voltooi die volgende sinne deur die ontbrekende woord/term neer te skryf. Skryf slegs die woord of woorde langs die vraagnommer (2.1–2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

| |
|---|
| tesourier; markomgewing; mededingingsvoordeel; illustrasies; slagspreuke; agenda; beslote korporasie; advertensie; notule; produkitem; emosionele; persvrystelling |

2.1 Die amptelike optekening van 'n vergadering word die … genoem.

2.2 'n … word verkoop om 'n kliënt se behoeftes te bevredig.

2.3 'n … is 'n verklaring wat 'n bemarker uitreik om 'n nuwe produk of diens aan te kondig.

Kopiereg voorbehou 

2.4 … is 'n vorm van eienaarskap.

2.5 Die … behoeftes van 'n verbruiker het te doen met gevoelens.

2.6 ... is prikkelende frases wat in bemarkingskommunikasie gebruik word.

2.7 'n … is 'n persoon wat rekord hou van finansiële sake.

2.8 Die … bestaan uit die kliënt en die kompetisie in die omgewing.

2.9 Die … is die faktor wat 'n maatskappy die voordeel bo al die ander mededingers gee.

2.10 … sluit alle tipes visuele kaarte in.

(10 × 1) **[10]**

**VRAAG 3**

Kies die korrekte woord of woorde uit dié wat tussen hakies gegee word. Skryf slegs die woord of woorde langs die vraagnommer (3.1–3.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

3.1 'n Verkoopspraatjie, 'n vorm van bemarkingskommunikasie, is 'n (tweerigting-/eenrigting) kommunikasieproses.

3.2 'n (Beslote korporasie/alleeneienaarskap) is 'n besigheid wat deur slegs een persoon besit word.

3.3 'n Aanbieding is een van die beste geleenthede om jou (kommunikasie-/bestuursvaardighede) te demonstreer.

3.4 (Senuspanning/Stres) is 'n teken dat jy omgee oor die onderwerp, jou gehoor en jou sukses as bemarker.

3.5 Wanneer 'n verkoopspersoon in 'n winkel direk met verbruikers praat, staan dit bekend as (direkte bemarking/direkte verkope).

3.6 Wanneer jy 'n (tolvrynommer/tolhek) skakel betaal jy nie 'n vaste bedrag om te skakel nie, ongeag vanwaar jy skakel.

3.7 Kruideniersware is (tasbare/ontasbare) produkte.

3.8 Die ontvanger van die boodskap reageer op die een of ander manier op die boodskap. Hierdie reaksie word (inset/terugvoering) genoem.

3.9 Die (King-verslag/Maatskappywet) skryf die rol en funksie van die direkteure en die HUB van die maatskappy voor.

3.10 Om 'n vergadering uit te stel, beteken om dit te (verdaag/kanselleer).

(10 × 1) **[10]**

Kopiereg voorbehou 

## VRAAG 4

4.1 Jy is 'n bemarkingsbestuurder van Naledi-vervaardigers. Jy onderneem 'n groot bedrag bemarking vir hierdie maatskappy.

Verduidelik kortliks hoekom bemarking nodig is. (4 × 1) (4)

4.2 Noem die VIER 'P's' in die bemarkingsmengsel. (4)

4.3 Noem VYF visuele hulpmiddels wat in 'n aanbieding gebruik kan word. (5)

4.4 Jy is die sekretaresse van die bemarkingskomitee in jou firma. Die bemarkingskomitee moet 'n vergadering belê om die bekendstelling van 'n nuwe produk te beskryf. Die items wat tydens die vergadering bespreek moet word, sluit die volgende in: die bemarkingsopnameverslag, uitnodigings en enige ander toepaslike items.

Stel 'n agenda op vir 'n vergadering wat vir die bemarkingsdepartement geskeduleer is. (8 × 1) (8)

4.5 Identifiseer die tipe motivering wat in die bemarking van die volgende gebruik word:

4.5.1 Trellidor-sekuriteitshekke

4.5.2 BMW

4.5.3 Clover-melk

4.5.4 'Word jou beste self'-opleidingskursus

4.5.5 Lidmaatskap by Virgin Active-gimnasium

(5 × 1) (5)

4.6 Belonings word dikwels gebruik om mense te motiveer, maar nie alle belonings is goeie motiveerders nie. As 'n beloning mense wil motiveer, moet dit oor sekere kenmerke beskik.

Verduidelik kortliks TWEE kenmerke wat 'n beloning moet hê om mense te motiveer. (2 × 2) (4)

**[30]**

NCV

**VRAAG 5**

5.1 Jy is die verkoopsbestuurder van Zama Traders, 'n firma wat daarin spesialiseer om elektroniese komponente te verkoop. Jy word versoek om 'n verkoopspraatjie te hou om jou produk aan 'n potensiële kliënt voor te stel.

Noem VYF riglyne wat jy sal volg om 'n bemarkingspraatjie voor te berei. (5)

5.2 'n Vraelys is 'n instrument wat gebruik word om bemarkingsopnames uit te voer.

Noem VYF elemente of brokkies inligting wat in 'n bemarkingsopname moet verskyn. (5)

5.3 'n Verkoopsbrief is 'n vorm van pos waarin 'n adverteerder 'n brief na 'n potensiële kliënt stuur.

5.3.1 Noem DRIE gebruike van verkoopsbriewe. (3)

5.3.2 Noem DRIE elemente wat die formaat van 'n verkoopsbrief moet bevat. (3)

5.3.3 Noem VIER basiese riglyne om 'n goeie verkoopsbrief te skryf. (4)

5.4 Advertensies op uithangborde en in tydskrifte word op so manier ontwerp dat hulle die aandag trek. Indien 'n onderneming wil verseker dat hulle unieke advertensies skep, moet hulle deur kreatiewe beginsels gelei word.

Bestudeer die prentjie hier onder. Identifiseer en verduidelik DRIE kreatiewe beginsels wat in hierdie advertensie gebruik word.




(3 × 2) (6)

5.5 Die bemarkingskomitee het besluit om reklameborde te gebruik om nuwe kursusse vir die volgende semester te bevorder. Hulle vra jou raad oor waar hulle die reklameborde moet gebruik.

Maak 'n lys van VIER plekke waar hulle uithangborde kan gebruik. (4)

**[30]**

## VRAAG 6

6.1 Bestudeer die prentjie hier onder en beantwoord die vrae.




6.1.1 Wie is die kleinhandelaar van die produk? (1)

6.1.2 Watter produk word adverteer? (2)

6.1.3 Noem DRIE media wat jy sal kies om hierdie produk te adverteer. (3)

6.1.4 Wie is die teikenmark vir hierdie produk? Motiveer jou antwoord. (2 × 2) (4)

6.2 'n Mondelinge vorderingsverslag is 'n verslag wat mondeling gegee word oor wat bereik is om 'n probleem op te los.

Verduidelik VYF dinge wat in gedagte gehou moet word wanneer so 'n mondelinge verslag voorberei word. (5 × 2) (10)

6.3 Verduidelik die volgende terminologie:

6.3.1 Kreatiewe strategieë

6.3.2 Datakolassie

6.3.3 Verspreidingslys

6.3.4 Tesourier

6.3.5 Veldwerker

(5 × 2) (10)
**[30]**

NCV

## VRAAG 7

7.1 Jy is die bestuurder van Vinay's Auto Clinic, 'n maatskappy wat alle voertuie versien. 'n Kliënt, mnr. AMG Khoza het sy Mercedes Benz ingebring vir 'n diens en beklemtoon dat die remme nie op standaard funksioneer nie. Die motor is egter aan hom terugbesorg sonder dat die probleem met die remme uitsorteer is.

Mnr Khoza was ongelukkig oor die probleem met die remme en hy het 'n brief met die klagte aan jou geskryf.

Skryf 'n brief aan mnr Khoza waarin jy om verskoning vra en redes gee waarom die remme nie herstel is nie. Die korrekte uitleg moet gebruik word wanneer die brief geskryf word. (14)

7.2 'n Bemarkingsvoorlegging is 'n vorm van kommunikasie.

Teken 'n diagram om die kommunikasieproses tydens die voorlegging te illustreer. (10)

7.3 Verduidelik DRIE soorte dienste wat reklameagentskappe of agente lewer.
(3 × 2) (6)
**[30]**

**TOTAAL: 150**

Kopiereg voorbehou