higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

BEMARKINGSKOMMUNIKASIE
NKR VLAK 4

(3041024)

1 Maart 2018 (Y-Vraestel)
13:00–16:00

Hierdie vraestel bestaan uit 8 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. Gebruil slegs BLOU of SWART ink.
5. Laat minstens DRIE reëls na elke vraag oop.
6. Begin elke afdeling op 'n NUWE bladsy.
7. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'waar' of 'onwaar' langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

1.1.1 'n Memorandum is 'n skriftelike dokument wat ’n aanbod wat aan 'n potensiële klant gemaak word, beskryf.

1.1.2 Demonstrasies en produkmonsters is enkele van die visuele hulpmiddels wat gebruik kan word om die aanbieding interessant en effektief te maak.

1.1.3 Die laaste A in die AIDA-beginsel staan vir aandag.

1.1.4 Aanvaarding is deel van aanvaarbare kruiskulturele gedrag.

1.1.5 Een van die voordele van 'n goeie bemarkingsvoorstel is dat dit die toekomstige klant opvoed en inlig oor wat hy/sy werklik benodig.

1.1.6 In 'n sakebrief is die salutasie die titel wat gebruik word om die ontvanger te groet.

1.1.7 Stereotipering is om iemand te veroordeel of 'n bepaalde idee oor hulle te hê sonder om enigiets van hulle te weet.

1.1.8 In 'n persverklaring vir 'n koerant, sal die gehoor die kykers van SABC1 wees.

1.1.9 Wanneer skyfies vir 'n aanbieding ontwerp word, sal die volgende elemente gebruik word: skyfie-ontwerp, skyfie-uitleg, kleure, lettertipes en video’s.

1.1.10 Etiket is 'n stel reëls wat bepaal wat as reg en verkeerd in 'n organisasie beskou word.

(10 × 1) (10)

1.2 Kies 'n beskrywing uit KOLOM B om by 'n item/woord/beskrywing in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–E) langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.2.1	Lees deur jou finale dokument om seker te maak dat dit geen taal-, tik- of formatteringsfoute bevat nie	A	redigering
		B	faks
1.2.2	Dit is 'n tegniek wat verkoopspersoneel kan gebruik om senuweeagtigheid tydens 'n aanbieding te beheer of bestuur	C	proeflees
		D	asemhaling
1.2.3	Die elektroniese transmissie wat oor 'n telefoonlyn gestuur en aan die ontvanger se kant uitgedruk word	E	uitvoerende opsomming
		F	memorandum
1.2.4	'n Kort uiteensetting van die organisasie, 'n voorgestelde oplossing en die waarde en voordele vir die potensiële klante	G	verkoopsbrief
		H	bemarkingsvoorstel
1.2.5	Die proses om 'n dokument te hersien en verander om te verseker dat dit die boodskap effektief oordra sonder enige taal- of tikfoute	I	elektroniese kommunikasie
		J	wenk-kaartjies
1.2.6	Gee besonderhede oor die produk of diens wat jy kan voorsien om in potensiële klante se behoeftes te voorsien	K	persverklaring
		L	PowerPoint-skyfies
1.2.7	Word gebruik om die hoofpunte van ’n aanbieding neer te stip		
1.2.8	'n Skriftelike nota wat inligting tussen mense en departemente in 'n onderneming kommunikeer		
1.2.9	'n Verklaring oor 'n produk of diens wat jy aanbied wat aan verskillende media gestuur word		
1.2.10	Kommunikasie deur middel van 'n rekenaar		

(10 × 1) (10)
[20]

TOTAAL AFDELING A: 20

AFDELING B

VRAAG 2

2.1 Elke organisasie moet sterk verhoudings met sy belanghebbers vorm en handhaaf. Dit moet bemarkingstrategieë implementeer om met belanghebbers te kommunikeer en hulle moet saamwerk om gemeenskaplike doelwitte te bereik

> Hunga Busta is 'n nuwe kitskosrestaurant wat wegneemetes asook aansit-etes aan klante van alle ouderdomme verkoop. Die restaurant word besit deur twee vennote, wat 'n bestuurder aangestel het om Hunga Busta se aktiwiteite en personeel te bestuur. Die permanente personeel sluit in: die sjef, helpers in die kombuis, kelners en twee afleweringsmense. Verskaffers lewer elke dag varsprodukte by die winkel af. Eenmaal per maand besoek 'n gesondheid-en-veiligheidsinspekteur die restaurant om te verseker dat dit aan al die wetlike gesondheid-en-veiligheidsvereistes voldoen.

Gebruik die inligting hier bo om die volgend vrae te beantwoord.

2.1.1 Identifiseer DRIE voorbeelde van interne belanghebbers.

2.1.2 Identifiseer DRIE voorbeelde van eksterne belanghebbers.

(2 × 3) (6)

2.2 Kultuur verwys na die lewenswyse van 'n groep wat bepaalde idees en gedrag deel.

Noem DRIE elemente van kultuur en verduidelik hoe hierdie elemente bemarking beïnvloed. (3 × 2) (6)

2.3 Vooroordeel kan op verskillende maniere omskryf word, afhangende van waarom mense deur vooroordeel benadeel word.

Omskryf die volgende:

2.3.1 Kognitiewe vooroordeel

2.3.2 Affektiewe vooroordeel

(2 × 2) (4)

Kopiereg voorbehou

2.4 Bemarking het sedert die ontstaan daarvan deur verskeie ontwikkelingsfases beweeg.

Doen 'n omvattende vergelyking van bemarking voor en ná 1994, en fokus veral op die geleenthede en beperkings.

Gebruik die volgende onderopskrifte:

(2)

Inleiding

Geleenthede wat ná 1994 ontstaan het (4)

Beperkings (4)

2.5 Kommunikasie met ander kulture word kruiskulturele gedrag/optrede genoem.

Noem VIER riglyne vir kruiskulturele gedrag. (4)

[30]

VRAAG 3

3.1 'n Bemarkingskultuur in 'n organisasie beteken dat almal wat daar werk die klant se welsyn in aanmerking sal neem met elke besluit wat hulle neem en elke optrede waarop hulle besluit

Bespreek die voordele van die vestiging van 'n bemarkingskultuur. (4 × 1) (4)

3.2 Noem VIER elemente waaruit die bemarkingsfunksie bestaan. (4)

3.3 'n Tydrooster word in 'n onderneming as deel van die aksieplan gebruik as riglyn vir die take wat voltooi moet word en die volgorde waarin dit moet geskied. Jy moet 'n funksie vir een van jou nuwe kliënte reël om 'n nuwe produk bekend te stel. Die reëlings behels die volgende: bevestig die gastelys, stuur uitnodigings aan die gaste, reël die lokaal, spyseniering en blomme.

Teken die volgende tydrooster vir hierdie funksie in die ANTWOORDBOEK oor en ontwerp 'n eenvoudige tydrooster wat al die pligte, take en aktiwiteite wat ter voorbereiding van hierdie funksie voltooi moet word, insluit.

MAANDAG	DINSDAG	WOENSDAG	DONDERDAG	VRYDAG
18 Junie (Vul die taak in)	19 Junie (Taak)	20 Junie (Taak)	21 Junie (Taak)	22 Junie (Taak)
25 Junie (Taak)	26 Junie (Taak)	27 June (Taak)	28 Junie (Taak)	29 Junie (Taak)

(10)

3.4 Dit is belangrik dat die bemarker bewus moet wees van struikelblokke tot die luisterproses wat tydens die aanbieding van die voorstelle 'n invloed op die klant kan hê.

Noem DRIE tipes struikelblokke tot die luisterproses en gee 'n voorbeeld van elkeen. (3 × 2) (6)

[24]

VRAAG 4

4.1 Noem die komponente waaruit die bemarkingsvoorstel bestaan. (10)

4.2 Noem VYF redes vir die ontwikkeling van 'n bemarkingsvoorstel. (5)

4.3 Geloofwaardigheid en vertroue vorm die grondslag van etiese optrede. Sonder vertroue en geloofwaardigheid is 'n langtermynverhouding met 'n klant onmoontlik.

Hoe sal jy verseker dat jou bemarkingsvoorstel eties is? (5)

4.4 Vir 'n suksesvolle aanbieding moet jy die aanbieding makliker en interessanter vir die gehoor maak.



Stel 'n kontrolelys op wat jy sal gebruik om te verseker dat jy alles onthou het om jou te help om 'n sukses van jou aanbieding te maak. Jou kontrolelys moet die volgende insluit:

TWEE tipes toerusting wat vir die aanbieding benodig word. (2)

DRIE aanbiedingshulpmiddels wat jy sal gebruik. (3)

TWEE algemene verbale foute wat aanbieders begaan. (2)

DRIE belangrike punte oor nieverbale kommunikasie in aanbiedings wat jy in gedagte moet hou. (3)
[30]

VRAAG 5

5.1 Jy is die sekretaris van die Suid-Afrikaanse Vakbond (SAV).

Stel 'n memorandum op om jou vakbondlede te herinner aan die vergadering wat op 20 November 0m 10:00 in die raadsaal by jou werkplek gehou gaan word. Lede word herinner om hul lidmaatskapkaartjies saam te bring. (10)

5.2 Gee DRIE redes waarom interne rekords van dokumente gehou moet word. (3 × 2) (6)

5.3 Jy is gevra om 'n pamflet vir die nuutste oorfone te ontwikkel. Jy wil sekr maak dat die pamflet effektief is.



5.3 5.3.1 Verduidelik wat met die akroniem AIDA bedoel word. (4)

5.3.2 Verduidelik hoe jy die AIDA-beginsels kan gebruik om jou pamflet vir die oorfone meer effektief te maak. (4 × 2) (8)

5.3.3 Jy het die volgende e-pos ontvang:

jaysingh@gmail.com NAVRAAG: OORFONE
Geagte meneer/dame Ek het u pamflet oor die nuwe oorfone gesien. Ek stel baie belang, maar wil graag antwoorde op die volgende vrae hê: Kan u my asseblief sê of ek die oorfone saam met my selfoon en skootrekenaar kan gebruik? Het u verskillende kleure beskikbaar? Groete Jay Singh

Skryf 'n antwoord op hierdie e-pos. (5)

5.4 In die korporatiewe wêreld word sakebriewe om verskeie redes geskryf.

Noem VYF van hierdie redes. (5)

5.5 Die internet is 'n baie kragtige instrument om in die moderne sakewêreld te gebruik, en die onderneming kan help om meer produktief en winsgewend te word.

Noem VIER voordele van die gebruik van die internet vir 'n maatskappy. (4 × 2) (8)

[46]

TOTAAL AFDELING B: 130
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou