higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

REISKANTOORPROSEDURES N4

14 JUNIE 2018

Hierdie vraestel bestaan uit 10 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 1.1.1 Standaardverkeersdokument ('Standard traffic document') (1)

1.1.2 e-kaartjie (1)

1.1.3
- Reisgeld
- Datums
- Passasier se name
- Kaartjienommer
- Lugredery/lugdiens se naam
- Datum en tyd van vertrek
- Klas van reis
- Betalingsmetode (Enige 5×1) (5)

1.1.4 Kredietkaart (1)

1.2

	Interne reisagent	**Korporatiewe reisagent**
Ooreenkomste	• Albei hanteer besigheidsbesprekings • Albei hanteer op-die-nippertjie-besprekings • Die koste van die reis is nie van belang nie mits die reëlings die besigheidsreisiger pas (Enige TWEE)	
Verskille	Interne • Gevestig binne ‘n spesifieke onderneming • Doen besprekings vir een spesifieke onderneming Korporatiewe • Naby geleë aan groot ondernemings soos in kantoorpark • Doen besprekings vir verskeie ondernemings	

(2 + 2) (4)

1.3 1.3.1 Kontantpaspoort/Reisgeldkaart/Reisbeursie (1)

1.3.2 Die kaart word net soos ‘n debietkaart in die buiteland gebruik. Wanneer daar vir iets betaal word, sal geld wat op die kaart gelaai word direk van ‘n gekoppelde rekening gedebiteer word. (2)

1.3.3
- Die kaart sal Mnr Jones help om nie te oorbestee nie omdat daar slegs ‘n bepaalde bedrag op die kaart gelaai is.
- Indien daar onbestede geld op die kaart is, sal die geld terugbesorg word wanneer hy van sy terugkeer reis.
- Hy het nie nodig om kontant in die buiteland saam te dra nie.
- Die kaart word wêreldwyd in meeste winkels aanvaar.

(Enige 3 × 1) (3)

Kopiereg voorbehou

1.3.4 Hy kan ‘n kredietkaart✓ en/of reisigerstjeks✓ gebruik.

‘n Kredietkaart is ‘n plastiekkaart wat aan die kaarthouer die reg gee om tot op ‘n ooreengekome limiet op krediet te koop, bv. Visa, MasterCard, Diner's Club, ens.✓

‘n Reisigerstjek is ‘n voorafgedrukte tjek (uitgereik deur ‘n finansiële instelling) wat die individu wat dit teken toelaat om ‘n betaling aan iemand anders te doen op grond van die reg wat hulle by die finansiële instelling gekoop het.✓ (2 + 2) (4)

1.4 1.4.1 Prent A: Oopplan-uitleg
Prent B: Afskortingkantooruitleg (2)

1.4.2 ‘n Oopplan-uitleg is ‘n groot vertrek wat in kleiner werkstasies verdeel is. ‘n Afskortingkantooruitleg bestaan uit ‘n oopplankantoor wat met afskortings verdeel wat hoog genoeg is dat werknemers nie mekaar sien nie. (1 + 1) (2)

1.4.3 Die oopplanuitleg, want✓ dit gebruik min krag vir ligte✓ en ventilasie en benodig minder toerusting✓ (bv. lugversorgers) (3)

1.5 Ventilasie verwys na die sirkulasie van vars lug in en uit die kantoor. Dit voorsien vars lug en hou dit in beweging. (1)
[30]

VRAAG 2

2.1 2.1.1 Reiskonsultante
2.1.2 Docex (dokumentuitruiling)
2.1.3 Vertroulike inligting
2.1.4 Elektroniese bankwese
2.1.5 'Global distribution system' (GDS)
(5 × 2) (10)

2.2 2.2.1 Gewone/Landpos
2.2.2 Sneldiens/Koerierdiens
2.2.3 Geregistreerde pos
2.2.4 Koerierdiens/ Geregistreerde pos
2.2.5 E-pos
(5 × 1) (5)

2.3
- Maak altyd seker dat daar ’n kopie is van die dokument wat jy stuur. Dit kan maklik in die pos verlore raak.
- Dui enige spesiale instruksies duidelik aan, bv. *geregistreerde* of *spoedpos.*
- Maak seker dat alle nodige aanhangsels wel aangeheg is.
- Die adres, en veral die poskode, moet korrek wees.
- Alle uitgaande pos moet in ’n register van uitgaande pos opgeteken word.
- Maak seker dat die pos minstens eenmaal per dag uitgaan. Dit sal beter wees as die pos eenmaal in die oggend en eenmaal in die middag kan uitgaan.
- Alle pos moet in die *Uitgaande* mandjie geplaas word om deur die posklerk of die junior konsultant opgetel te word. (7)

2.4
- Persoonlik
- Onderwerp
- Geografies (3)

2.5 2.5.1 ’n Banklening is geld wat geleen word – meer spesifiek ’n bedrag geld wat na verwagting met rente terugbetaal sal word (2)

2.5.2 ’n Kredietgeskiedenis is ’n rekord van ’n lener se verantwoordelike terugbetaling van skuld of ’n rekord van ’n lener se krediet vanuit ’n aantal bronne, soos banke, kredietkaartmaatskappye, invorderingsagentskappe en die regering. ’n Kredietgeskiedenis sal ’n uitlener oortuig of ’n bepaalde verbruiker ’n lening behoort te verkry, of nie. As jou kredietgeskiedenis swak is, sal jy waarskynlik nie ’n groot lening kan kry om ’n huis of ’n motor te koop nie. (4)

2.5.3 As ’n mens op ’n swartlys geplaas word, beteken dit dat jy versuim het om die maandelikse terugbetalings van jou lening na te kom, en jou naam word dan verwyder van mense wat vir ’n lening kwalifiseer. (2)

2.5.4
- Persoonlike lening
- Sake/besigheidslening
- Kredietkaart
- Oortrokke fasiliteit
- Wentelkrediet/lening
- Voertuigfinansiering
- Verbandleningfinansiering (Enige 4 × 1) (4)

2.6
- Volle naam (naam en van)
- Bewys van woonadres
- Kontakbesonderhede
- Afskrif van identifikasiedokument (ID/geboortesertifikaat)
- Beroep (indien van toepassing)
- Onderwysvlak (indien van toepassing)
- Besonderhede van ouers (indien van toepassing) (Enige 5 × 1) (5)

Kopiereg voorbehou

2.7 2.7.1 Telefoonbankdienste stel geregistreerde kliënte in staat om finansiële transaksies telefonies uit te voer (deur middel van ’n telefoonoproep).

2.7.2 Selfoonbankdienste stel ’n kliënt in staat om met ’n selfoon deur middel van ’n skakelsessie toegang ot die bank te verkry. Dienste sluit saldonavrae, vooruibetaalde aankope, geldoorplasing tussen rekeninge en betalings aan begunstigdes in.

2.7.3 Aanlyn bankdienste stel kliënte in staat om finansiële transaksies uit te voer op ’n veilige webwerf wat deur die bank bedryf word. Aanlyn bankdienste kan op enige toestel soos rekenaars, tablette en selfone uitgevoer word.

(3 × 1) (3)
[45]

VRAAG 3

3.1 3.1.1 Waar
3.1.2 Onwaar
3.1.3 Waar
3.1.4 Waar
3.1.5 Waar
3.1.6 Onwaar

(6 × 1) (6)

3.2 3.2.1 ’n Kruisverwysingstelsel stel jou in staat om ’n aantekening op ’n gegewe lêer te maak, wat vir jou aandui waar die verwante inligting binne die liasseerstelsel inpas.

OF

Wanneer jy dokumente of rekords organiseer, sal daar party wees wat onder meer as een kategorie of lêernaam inpas. Om dit te bestuur, kan jy die rekords in een kategorie liasseer en ’n kruisverwysingsnota in die ander een sit. (2)

3.2.2 Elektroniese liassering (1)

3.2.3 Stappe vir elektroniese liassering:

Stap 1: Klik op *Start*.
Stap 2: Klik op *Documents*.
Stap 3: Klik op *New folder*.
Stap 4: Verander die naam van die nuwe vouer.
Stap 5: Voeg lêers by die vouer wat jy geskep het.

OF

Stap 1: Regsklik op die werkskerm.
Stap 2: Klik op *New*.
Stap 3: Klik op *Folder*.
Stap 4: Verander die naam van die nuwe vouer.
Stap 5: Voeg lêers by die vouer wat jy geskep het. (5)

3.3 POPI staan vir die 'Protection of Personal Information Act'.✓ Die doel van die Wet is om persoonlike inligting te beskerm deur beperkings te plaas op hoe dit deur ’n persoon of sakeonderneming ingesamel en gebruik kan word.✓ Die Wet sal alle Suid-Afrikaanse instellings aanspreeklik hou indien hulle persoonlike inligting op enige manier ook al misbruik of in gevaar stel.✓ (3)

3.4
- Die kliënt of sakeonderneming kan hul besigheid met die reismaatskappy opskort.
- Berigte oor die skending/verbreking van sekuriteit kan in die plaaslike media gepubliseer word (koerant/radio), wat tot negatiewe publisiteit lei.
- Die kliënt of sakeonderneming kan regstappe teen die reismaatskappy doen.
- Die sakeonderneming sal hul kliënte se vertroue verloor.
- Die personeel sal nie hulle werk behoorlik kan doen as van die toerusting weg is nie.
- Die maatskappy sal geld en duur infrastruktuur/toerusting verloor.
- Die kliënte kan hul besigheid na jou mededingers toe oorplaas.
- Personeel sal onproduktief raak. (Enige 4 × 1) (4)

3.5
- Dood of permanente gestremdheid
- Reisdokumentversekering
- Bagasie/Geldverlies
- Kansellasie/Inperking/Verstekuitgawes
- Hospitaal en medies
- Persoonlike aanspreeklikheid (Enige 3 × 1) (3)

3.6 Aanspreeklikheidsversekering sal die versekerde party dek indien ’n ander party hom of haar of sy/haar sakeonderneming dagvaar. Hierdie tipe versekering sal die gepaardgaande regskoste betaal, asook enige wetlike uitbetalings wat gemaak gaan word. (2)

3.7 Kopiëring is die proses waardeur presiese duplikate of ’n afskrif van die oorspronklike dokument gemaak word sonder om die meesterdokument voor te berei. Dit beteken dat ’n kopie terselfdertyd as die oorspronklike gemaak word. ’n Beperkte aantal kopieë kan gedurende hierdie proses gemaak word.

Duplisering is die proses waardeur ’n presiese kopie van die meesterdokument (oorspronklike dokument) met behulp van meganiese toerusting geskep word. Hierdie metode stel die gebruiker in staat om ’n onbeperkte aantal afskrifte te maak. (2 + 2) (4)

3.8
- Die datum waarop die kaartjie verkoop word, word op die valideermasjien gestel.
- Die lugdiens se draer-identifikasieplaat word in die valideermasjien geplaas.
- Die agent-valideerderplaat met die korrekte inligting met op die masjien wees.
- Die kaartjie word bo-oor die plate geplaas.
- Die valideermasjien word bo-oor getrek en die besonderhede word op die kaartjie ingegrif. (5)

[35]

TOTAAL AFDELING A: 110

AFDELING B

VRAAG 4

4.1
4.1.1 E
4.1.2 D
4.1.3 C
4.1.4 B
4.1.5 A
4.1.6 D
4.1.7 B

(7 × 1) (7)

4.2
4.2.1 Verkoopsera
4.2.2 Bemarkingsera
4.2.3 Bemarkingsera
4.2.4 Verkoopsera
4.2.5 Produksie-era

(5 × 2) (10)

4.3 'Social': Sierra/Sugar✓ Oscar✓ Charlie✓ India✓ Alfa✓ Lima✓ (6)

4.4 Sosiale media verwys na die wisselwerking tussen mense waartydens hulle inligting deur middel van netwerke en virtuele gemeenskappe deel. Dit maak die oordrag van video, oudio, foto of teks tussen internetgebruikers aansienlik vinniger en makliker.

OF

Sosiale media is webwerwe en toepassings (vir selfone) wat gebruikers in staat stel om inhoud te skep en deel of aan sosiale netwerkaktiwiteite deel te neem. Sosiale media stel mense in staat om sosiaal te verkeer, maar in virtuele gemeenskappe. (2)

4.5
- Facebook:✓ die reismaatskappy kan ’n Facebook-blad begin onder sy naam, met spesiale aanbiedinge aan die algemene publiek.✓✓
- Twitter:✓ Die reismaatskappy kan aan miljoene klante tweet of uitsaai wat besig is om te gebeur, terwyl dit gebeur (soos wanneer hulle toerskip vertrek).✓✓
- Skype:✓ Die reismaatskappy kan met potensiële klante of verskaffers vergader en ook 'n transaksie beklink, omdat ’n mens van aangesig tot aangesig kan onderhandel.✓✓
- YouTube:✓ Die reismaatskappy kan video's van bestemmings en toere vertoon, wat ’n kliënt kan motiveer om die produk te koop.✓✓ (4 × 3) (12)

4.6 Diensbemarking,✓ omdat ’n toerpakket ontasbaar is,✓ kan dit nie voor gebruik deur die gebruiker getoets word nie,✓ die groothandelaar kan nie die produk of sy voordele vertoon nie, daar is geen standaardisering nie, ens. (3)

Kopiereg voorbehou

4.7

NUWELINGREISIGER	ERVARE REISIGER
• Word maklik beïnvloed • Onseker – sal verkies om in 'n groep met 'n toerleier te reis • Basiese behoeftes moet eers bevredig word • Verkies alles insluitende toere sodat hulle oor niks bekommerd hoef te wees terwyl hulle reis nie • Word steeds deur klein dingetjies beïndruk (Enige DRIE)	• Stel groter eise • Verkies om hul eie toer te reël – hou nie daarvan om in 'n groep te reis nie • Vergelyk hulle verskillende reiservarings • Kla maklik as iets nie reg is nie • Moeilik om tevrede te stel (Enige DRIE)

(3 + 3) (6)

4.8 4.8.1 Bv. sportklubs✓ (lid van 'n gimnasium, gholfklub, politieke party, ens.) (lede betaal gewoonlik ledegeld om 'n lid te word)

4.8.2 Bv. ouderdomsgroep,✓ geslag, beroep, ens.

4.8.3 Bv. geweldddadige bendes✓

4.8.4 Bv. boekklubs,✓ kore, Bybelstudiegroepe (lede betaal nie enige geld om aan te sluit nie)

(4 × 1) (4)

4.9 Nadele vir die verbruiker:

- Daar is geen persoonlike kontak.
- Daar is niemand vir wie 'n mens vrae kan vra as iets skeefloop nie.
- Baie aanlyn besprekings gaan met verborge koste gepaard.
- Daar is 'n hoë risiko van bedrog.
- Ander maatskappye het nie aanlyn besprekings nie, en verbruikers kan dalk goeie aanbiedings van daardie maatskappye misloop.

Nadele vir die toerismemaatskappy:

- Die reismaatskappy sal min handelsmerklojaliteit hê.
- Klante sal na lae pryse soek, ongeag watter maatskappy dit aanbied (moontlikheid van lae aantal klante of lae inkomste vir die maatskappy).
- Die aanlyn omgewing is uiters mededingend (moontlikheid van 'n lae aantal klante).
- Baie toeriste wat aanlyn bespreek gebruik nooit hulle bespreking nie, veral wanneer geen deposito vereis word nie (Hoë getalle besprekings daag gewoon nie op nie).
- Klein maatskappye wat nie aanlyn besprekingsgeriewe het nie, kan benadeel word. (10)

[60]

VRAAG 5

5.1 5.1.1 Ja,✓ 'n aangename groet is noodsaaklik vir 'n suksesvolle oproep, omdat dit die regte emosionele atmosfeer skep.

OF

Algemeen gesproke is luisteraars geneig om die spreker se emosionele toestand te weerspieël of te aanvaar. As ons nors is wanneer ons die telefoon beantwoord, kan die klant ook knorrig raak. As ons die telefoon vriendelik beantwoord, sal die klant meer waarskynlik ook vriendelik wees. (3)

5.1.2 Ja,✓ persoonlike verkope behels die een of ander vorm van wisselwerking met 'n kliënt, gewoonlik van aangesig tot aangesig; hierdie wisselwerking kan egter ook per telefoon plaasvind met 'n kliënt wat geografies verwyder is.✓✓ (3)

5.1.3
- Beantwoord die telefoon stiptelik (dit moet nie meer as drie keer lui nie).
- Groet die oproeper met 'n warm verwelkoming.
- Identifiseer jouself en jou maatskappy.
- Gebruik dieselfde professionaliteit oor die telefoon as wanneer jy persoonlik met iemand praat.
- Verskaf die tersaaklike inligting.
- Verkoop die produk oor die telefoon deur die prentjie in woorde te skets.
- Probeer om die een of ander vorm van verbintenis van die oproeper te verkry.
- Moet nie die oproeper te lank laat aanhou nie.
- As jy die oproeper na 'n kollega moet deurskakel, moet jy seker maak dat die persoon beskikbaar is voordat jy die oproep oorplaas.
- Hou 'n notaboek en potlood gereed wanneer jy die telefoon beantwoord.
- Wees voorbereid om 'n aktiewe luisteraar te wees en maak aantekeninge.
- Skryf die oproeper se naam neer sodat jy dit in die loop van die gesprek kan gebruik. Onthou, mense hou daarvan om hul naam te hoor.
- Laat die persoon weet dat jy aantekeninge maak; dit sal hom of haar herinner om nie te vinnig te praat nie.
- Moenie die telefoon beantwoord en probeer praat terwyl jy kos in jou mond het nie. (10)

5.2 Stap1: Beskik oor voldoende kennis van die produk

- Wees ten volle voorbereid en maak jouself vertroud met die produk wat jy verkoop en met die maatskappy.

Stap 2: Vind en identifiseer die koper

- Gebruik toerismetydskrifte en handelstydskrifte asook sosiale media.

Stap 3: Nader potensiële klante (kopers)

- Reik uit na potensiële kliënte en reël 'n vergadering met hulle om vir hulle die produk of diens wat jy aanbied, te wys.
- Reël die vergadering deur te bel of 'n e-pos te stuur.

Stap 4: Doen aanbieding van en verskaf verkoopspunte

- Gebruik visuele voorstellings en demonstrasies om die voordele te toon.

Stap 5: Beantwoord vrae en besware

- Verstaan en oorkom klante se besware, herken kooptekens en bied alternatiewe vir elke beswaar..

Stap 6: Beklink die transaksie

- Gee redes waarom die verkoopstransaksie vandag gesluit moet word. Beklink die transaksie deur 'n verbintenis soos 'n kredietkaartnommer te verkry. Beklemtoon die geskenke en voordele wat met die transaksie gepaardgaan.

Stap 7: Volg op (nieverkoopsaktiwiteite)

- Ontwikkel welwillendheid en klandiesewaarde, doen agterna navraag oor of die reis voorspoedig verloop het en hou die klante op 'n poslys. (14)

[30]

TOTAAL AFDELING B: 90
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou