higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT

REISKANTOORPROSEDURES N6

(4021176)

21 Oktober 2020 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 9 bladsye.

286Q1B2021

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
REISKANTOORPROSEDURES N6
TYD: 3 UUR
PUNTE: 200

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. Begin elke vraag op 'n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs 'n swart of blou pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

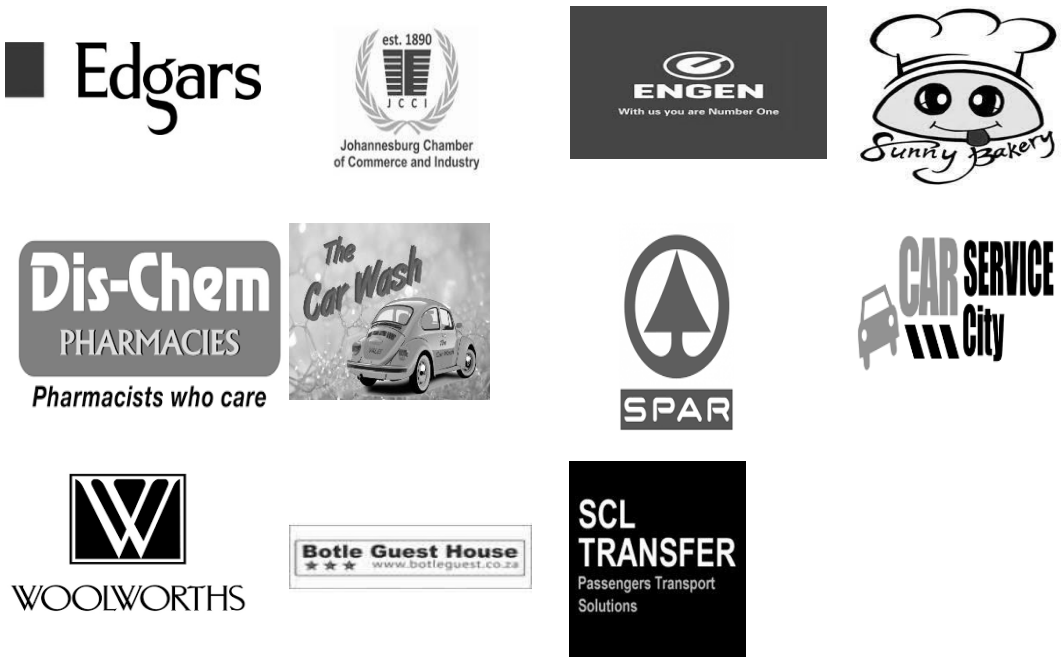
Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Definieer *sakereis* ('business travel') (2)

1.2 Kies VYF van die volgende maatskappye wat goeie voornemende sakereismaatskappy sal wees en gee EEN rede waarom jy hierdie maatskappye kies.



(7)

1.3 Wanneer jy sakereise verkoop, is 'n professionele beeld baie belangrik.

Noem VYF stappe wat 'n mens moet volg om 'n professionele beeld te skep. (5)
[14]

VRAAG 2

2.1 Jy is in beheer van bemarking en verkoop van aansporingsreise ('incentive travel') vir die maatskappy, Travel Explore, in Kaapstad. Jy beskou Mercedes SA en Lolo se B&B as moontlike klante.

Watter waarde hou aansporingsreis vir 'n maatskappy in? (5)

2.2 Sou jy sê dat albei maatskappye wat in VRAAG 2.1 genoem is goeie kandidate is om vir aansporingsreis te gebruik? Gee 'n rede vir jou antwoord. (3)

Kopiereg voorbehou

2.3 By die beantwoording van VRAAG 2.2 was dit nodig dat jy moes nadink om te verseker dat jy die regte maatskappy nader.

Berei SES vrae voor wat jy kan vra om die relevante inligting oor die maatskappye te bekom. (6 × 2) (12)

2.4 Noem VIER faktore wat die finale koste van 'n reis sal beïnvloed. (4)

2.5 Mercedes SA nooi jou maatskappy uit om julle aansporingsprogram aan hul direkteur voor te lê.

Mercedes SA se huidige verkoopsyfer is R12 000 000,00.

Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (2.5.1–2.5.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

2.5.1 Die verwagte verkoopstoename is gewoonlik ...

A 5%.
B 7%.
C 10%.
D 12%.

2.5.2 Die maatskappy se wins behoort ... te wees.

A R1 200 000,00
B R240 000,00
C R120 000,00
D R24 000,00

2.5.3 Wat sal die aansporingsbegroting dan wees?

A R120 000,00
B R24 000,00
C R12 000,00
D R1 200,00

2.5.4 Indien Mercedes SA 2 wenners wil aanwys, hoeveel geld moet per wenner beskikbaar wees?

A R120 000,00
B R60 000,00
C R6 000,00
D R12 000,00

Kopiereg voorbehou

2.5.5 Die agentskap gee die koste per persoon aan.

Hoeveel word normaalweg aan die promosie van 'n veldtog toegestaan?

A 5%.
B 10%.
C 15%.
D 20%.

2.5.6 Hoeveel geld sal per persoon aan vervoer bestee word?

A R12 000,00
B R18 000,00
C R48 000,00
D R24 000,00

2.5.7 Hoeveel geld sal hulle aan etes vir albei wenners bestee?

A R18 000,00
B R6 000,00
C R9 000,00
D R14 000,00

2.5.8 Watter persentasie van die besteding is vir akkommodasie?

A 20%.
B 30%.
C 40%.
D 50%.

2.5.9 Wat sal ander uitgawes nie insluit nie?

A Veranderings aan vlugte
B Kamerdiens
C Onvoorsiene toegangsfooie
D Oordragte

2.5.10 Watter EEN van die volgende word as die belangrikste komponent van die reis beskou?

A Akkommodasie
B Etes
C Vervoer
D Promosie

(10 × 2) (20)

2.6 Formuleer TWEE vrae wat aan die klant gevra kan word om die sukses van die program te evalueer. (2)

[46]

TOTAAL AFDELING A: 60

Kopiereg voorbehou

AFDELING B

VRAAG 3

3.1 Rangskik die volgende werkspesifikasies onder die korrekte subopskrifte. Teken die tabel in die ANTWOORDBOEK oor om die vraag te voltooi.

Persoonlike eienskappe	Persoonlike voorkoms	Spesifieke vaardighede	Kennis vereis	Kwalifikasies

PowerPoint; OB-diploma; bedryf Instagram; netjiese grimering; uitstekende skrywer; Dienste Seta; veeltalig; integriteit; kantoordrag; eerlikheid; sakebewustheid; OSISA ('PRISA'); maatskappy se sterkpunte; skoongeskeer; werk onder druk

(5 × 3) (15)

3.2 Indien jy die publisiteitsbeampte van City Lodge Kaapstad Waterfront was, hoe sou jy elk van die VYF verskillende aktiwiteite wat met die rol van die publisiteitsbeampte verband hou gebruik het om 'n bewustheid vir waterbesparing tydens die ernstige droogte van 2017/2018 te vestig? (5 × 3) (15)

3.3 Vergelyk die voordele van 'n radio-onderhoud met dié van 'n televisieonderhoud en bepaal watter media die geskikste sou wees om jou publisiteitsveldtog vir City Lodge Kaapstad Waterfront te adverteer. (7)

3.4 Verduidelik wat gedoen kan word om die publisiteitsveldtog waarna daar in VRAAG 3.3. verwys word, nuuswaardig te maak om mediadekking te verkry. (4)

3.5 Wat is die doel van 'n persbesoek ('press facility visit')? (3)

3.6 Sou 'n persbesoek 'n geskikte manier wees om jou waterbesparingsprojek aan voornemende gaste aan te kondig? Gee 'n rede vir jou antwoord. (1 + 2) (3)

3.7 Noem die stappe wat by die reël van 'n perskonferensie gevolg moet word. (9)

3.8 Noem VYF vereistes van 'n persverklaring. (5)

3.9 Noem VYF brokkies inligting wat 'n perspakket gewoonlik bevat. (5)

3.10 Waarom is dit belangrik dat die publisiteitsbeampte joernaliste se vrae so spoedig moontlik na 'n noodgeval beantwoord? (2)

3.11 Onderskei tussen *reklame* en *OB* ('PR'). (6)

3.12 Bepaal watter doelwit vir die volgende reklamemetodes gebruik word:

3.12.1 Beskrywing van die beskikbare dienste.

3.12.2 Handhawing van produkbewustheid.

Kopiereg voorbehou

3.12.3 Regstelling van vals indrukke.

3.12.4 Aanmoediging om na jou handelsmerk oor te skakel.

3.12.5 Opbou van handelsmerkvoorkeur.

(5 × 2) (10)

3.13 Sou dit geskik wees om City Lodge Kaapstad Waterfront se nuwe spesiale tariewe in die Getaway-tydskrif te adverteer?

Gee DRIE voordele en DRIE nadele van hierdie tipe media.

(2 + 6) (8)

[92]

VRAAG 4

4.1 Onderskei tussen *reklame* en *verkoopspromosies*. (6)

4.2 Identifiseer VYF verkoopspromosies uit die voorbeelde hier onder. Skryf slegs die korrekte alfabetletters langs die vraagnommer in die ANTWOORDBOEK neer.

A



B



C



D



E



G



G



H



I



J



(10)

4.3 Rangskik die volgende verkoopspromosietegnieke in die drie verskillende verkoopspromosiekategorieë.

afslag; geskenke; koepons; bonusse; koop-een-kry-een-gratis; vakansiereise; gratis aanbiedinge; afslagbewyse; toegewings ('allowances')

(12)

4.4 Noem VIER algemene uitstallings eie aan die reis-en-toerismebedryf. (4)

4.5 Maak 'n lys van DRIE items wat in 'n posbeskrywing en VIER items wat in 'n werkspesifikasie van 'n publisiteitsbeampte ('PRO') by hotel moet verskyn. (7)

4.6 Kies die NEGE stadia in 'n promosieveldtog uit die lys hier onder.

- Bepaal die doel
- Aard, koste en impak
- Evalueer die uitwerking van die program
- Bepaal die begroting
- Lewensduur van die program
- Toets die program
- Evalueer alternatiewe strategieë
- Buigsaamheid van die program
- Plasing van die program
- Koördineer met verbandhoudende kommunikasie
- Identifiseer die teikengehoor
- Ontwikkel die program
- Die werklike gebeurtenis
- Implementeer die program
- Volg op

(9)
[48]

TOTAAL AFDELING B: 140
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou