

Verbruikers Graad 10

WERKKAART

MEMORANDUM

Basiese bemarkingselemente

Bl. 76-77

1. Kyk na die volgende terme en gee dan die definisie van elkeen.
 - 1.1 Homogene (2)
 - **Dit beskik oor dieselfde eienskappe.**
 - 1.2 Segmentasie (2)
 - **Verdeling van iets in segmente, soos die segmente van 'n lemoen.**
 - 1.3 Bemarking (2)
 - **Die proses van beplanning en uitvoering van 'n idee, prysvasstelling, promosie en verspreiding van idees, goedere en dienste om die behoeftes van verbruikers te bevredig.**
 - 1.4 Teikenmark (2)
 - **'n Spesifieke groep kliënte op wie 'n maatskappy sy produkte en dienste toespits.**
2. Wat is die primêre funksie van bemarking? (2)
 - **Dit is om behoeftebeverdigende produkte en dienste teen 'n wins aan potensiële kopers beskikbaar te stel.**
3. Benoem agt maniere hoe bemarking vas gestel word. (8)
 - **Watter groepe potensiële koopers, of market bestaan.**
 - **Aan watter groepe kopers jy 'n diens sal wil lewer (jou teikenmark).**
 - **Wat die behoefte van hierdie kopers is.**
 - **Watter produkte en dienste jy kan ontwikkel om hul behoeftes te bevredig.**
 - **Hoe die kopers mag verkies om die produkte en dienste te gebruik.**
 - **Waarmee jou mededingers besig is.**
 - **Hoe jou prysvasstelling moet wees.**
 - **Hoe jy die produkte en dienste aan jou teikenmark moet versprei en promoveer.**

4. Wat is die verduideliking van die term mark in die bemarking stelsel? (2)

- 'n Mark is 'n groep mense wat as individue of as 'n organisasie, behoefte het aan produkte in 'n produkklas en wat die vermoë, gewilligheid en gesag het om daardie produkte te koop.

5. Wat volgens Peter Drucker, is 'n bestuurskonsultant? (2)

- Die doel van bemarking om die klant so goed te ken en verstaan, dat die produk of diens wat hom of haar pas, vanself verkoop.”

6. Wat is die verskil tussen bemarking en verkope? (2)

- Deur bemarking kom die produk op die mark, terwyl verkope die werklike sluiting van 'n kooptransaksie met 'n kliënt behels.

7. Wat behels bemarking voor die verkoopsproses? (4)

- Dit behels marknavorsing om teikenkliënte en dit warna hulle soek, te identifiseer.
- Dit behels ook die identifisering van die beste manier van hierdie potensiële kliënte te bereik, gebaseer op hulle behoeftes en begeertes.

8. Gee drie kenmerke hoe produkte in die mark geplaas word? (6)

- Smaak van verbruikers
- Behoeftes van verbruikers
- Voorkeure van verbruikers.

9. Waarna bewys die bemarkingstrategie? (5)

- Bemarkingstrategie verwys dus na die keuse en beskrywing van een of meer teikenmarke en die ontwikkeling en handhawing van 'n bemarkingsmengsel is 'n plan wat wys hoe 'n besigheid sy produkte en dienste in die markomgewing sal bemark d.m.v. sy prysvasstelling, promosie en plasing van produkte.

10. Wat behels marksegmentasie? (3)

- Dit behels die verdeling van die mark in groepe (of segmente) van mense met soortgelyke behoeftes, belangstellings, dinge waarvan hulle hou of nie hou nie.

11. Benoem die 5 kenmerke om bruikbaar te wees vir 'n segmentstruktuur. (5)

- 'n Identiteit hê wat sy lede beskryf.
- Gedrag toon wat verskil van ander segmente.
- Konsekwent optree.
- 'n Winspotensiaal hê ('n groot segment kan, bv. winsgewend wees t.s.v. kompetisie wat pryse lag hou, en 'n kleiner segment kan ook winsgewend wees indien dit doeltreffend geteiken word).
- Homogene verbruikersvehoefes hê.