

Module 8-opsomming

Bemarking

Samevatting

Hoofstuk 1: Promosie- en advertensie-tegnieke

Bo-die-lyn promosietegnieke verwys na bemarkings- en promosie-aktiwiteite op mediaruimte waarvoor 'n kommissie ('n fooi) vir die advertensieagentskap betaal word. Gehuurde of betaalde mediaruimte sluit advertensies op televisie, by die fliek, in koerante en tydskrifte of oor handelsradio in. Mediareklamepromosie sluit ook advertensieruimte op webwerwe en selfone in en enige ander promosie-aktiwiteite waar ruimte gekoop is volgens tyd, frekwensie of grootte.

Konvensionele (of tradisionele) media sluit uitsaaimedia en gedrukte materiaal in:

- Konvensionele uitsaaimedia verwys na televisie en radio.
- Gedrukte media bevat alle advertensies wat in druk verskyn: koerante (plaaslik en nasionaal), tydskrifte (verbruikers- en spesialishandelsjoernale), gidsboeke, buitemuurse advertensies, omsendskrywes en insetsels in gratis pers en tydskrifte.

Elektroniese media is advertensies wat deur middel van elektronika vertoon word. 'n Paar onlangse ontwikkelings in elektroniese uitsaaiwese wat toenemend gewild word, is videomure, audio-visuele aanbiedings, digitale uitstallings, selfoonadvertensies en webgebaseerde advertensies.

Promosiereklametegnieke verwys na 'n bemarkingsaktiwiteit waarvoor 'n kommissie gewoonlik nie aan 'n advertensie-agentskap betaal word nie. Die werk word gratis gedoen. Promosietegnieke sluit persoonlike verkope, verkoopsbevordering, winkeluitstallings, borgskappe, uitstallings, handelskoue en openbare betrekkinge in.

Hoofstuk 2: Die bemarkingsbegroting

'n Bemarkingsbegroting is die hoeveelheid geld wat 'n toerisme-organisasie tot sy beskikking het om oor 'n gegewe tydperk aan bemarking te bestee.

Daar is vier koste-items wat met bemarking verband hou, wat in ag geneem moet word: marknavorsing, kommunikasie, reis- en personeelkoste.

Hersiening

- 1.1 Die volgende is almal onder-die-lyn promosietegnieke, met die UITSONDERING van?
A Persoonlike verkope
B Advertensies
C Borgskappe
D Verkoopsbevordering (1)
- 1.2 Dui aan of die volgende stelling WAAR of ONWAAR is.
Televisie-advertensies is die duurste vorm van promosie. (1)
- 1.3 Kies die woord of term uit die lys hieronder wat KORREK pas by die beskrywings wat volg. Skryf slegs die woord of term langs die vraagnommer in jou ANTWOORDBOEK neer.

Digitale uitstallings	Selfoonadvertensies
Banieradvertensies	Oudio-visuele
Videomure	aanbiedings

- 1.3.1 Mobiele telefoonboodskappe en advertensies
- 1.3.2 Verskillende monitors of TV's om een groot skerm te vorm
- 1.3.3 Materiaal wat klank en prente soos video's gebruik
- 1.3.4 'n Advertensie wat as 'n blok aan die bokant of sykant van 'n webbladsy geplaas word
- 1.3.5 'n Uitstalling wat inligting in die vorm van getalle of letters elektronies gee (1 x 5)
- 1.4 Noem die twee breë soorte promosietegnieke. Gee 'n voorbeeld van elkeen. (4) [11]
- 2 Wat is die voordele van die volgende?
 - 2.1 Radio-advertensies (3)
 - 2.2 Plakkate (3)
 - 2.3 Selfone (3) [9]

Totale punte = 20 punte