higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT

VERKOOPBESTUUR N5

(4090325)

11 November 2022 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye.

091Q1B2211

Kopiereg voorbehou

DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA

NASIONALE SERTIFIKAAT
VERKOOPBESTUUR N5
TYD: 3 UUR
PUNTE: 200

LET WEL: Indien jy meer as die vereiste getal vrae beantwoord, sal slegs die vereiste getal nagesien word. Trek alle werk dood wat jy nie wil laat nasien nie.

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord AL die vrae in AFDELING A.
2. Beantwoord enige DRIE van die vier vrae in AFDELING B.
3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
4. Begin elke afdeling op 'n nuwe bladsy.
5. Gebruik slegs 'n blou of swart pen.
6. Skryf netjies en leesbaar.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.15) in die ANTWOORDBOEK.

1.1.1 'n Faktor wat 'n invloed het op die voorspellingsmetode wat gekies word:

A Motivering vir gewensde prestasie
B Personeel
C Algemene bedryfstoestande
D Verkoopsgebied

1.1.2 'n Voordeel daarvan om verkoopsgebiede vas te stel:

A Verkoopskoste kan styg
B Verkope neem af
C Verhoog konflik en geskille
D Verbeter kliënteverhoudings

1.1.3 Dis 'n sielkundige beswaar van kliënte:

A Onkunde
B Ongerief
C Prysbeswaar
D Verkeerde tyd

1.1.4 Die laaste stap wanneer 'n verkoopsgebied opgestel word:

A Stel basiese gebiede vas.
B Wys verkoopspersoneel aan die gebiede toe.
C Gee vir verkoopspersoneel 'n kredietkaart.
D Ontleed verkoopspersoneel se werkslading.

1.1.5 'n Kriterium wat gebruik word om 'n moontlike kliënt te kwalifiseer:

A Ouderdom
B Koopvermoë
C Ras
D Geografiese potensiaal

1.1.6 'n Voordeel van die Delphi-tegniek as 'n voorspellingsmetode:

A Verkoopsmense het meer vertroue in die voorspelling.
B Die voorspelling word maklik en vinnig ontwikkel.
C Voorspelling word deur werklike produkgebruikers bepaal.
D Alle individue maak onafhanklike evaluasies.

Kopiereg voorbehou

1.1.7 Hierdie tegniek word gebruik om aansprake van verkoopspersoneel te staaf:

A Delphi-tegniek
B Invloedsentrum
C Getuigskrifte
D Kwantitatiewe tegniek

1.1.8 Dis 'n funksie van 'n koper in die koopspan:

A Onderhandel oor die verkoopsvoorwaardes
B Begin die aankoopproses
C Neem die werklike koopbesluit
D Hy/Sy erken 'n behoefte of 'n probleem eerste

1.1.9 Die rol van persoonlike verkope in die ekonomie:

A Dien as 'n inkomstebron
B Skep 'n vraag na verbruiksgoedere
C Bevorder wins en doelwitbereiking
D Dien as inligtingsbron

1.1.10 Toestande binne … is 'n faktor wat die waarskynlike verkoopsvolume sal beïnvloed.

A mededingers
B beplanning
C die staat
D die bedryf

1.1.11 … is EEN van 'n verkoopspersoon se aanvullende dienstake.

A Die bereiking van kliënte
B Die hantering van goedere wat omgeruil word en aanpassings
C Kliëntebehoud
D Naverkoopsdiens

1.1.12 Die volgende stap word aanbeveel vir 'n verkoopspersoon as hy/sy nie 'n transaksie kon beklink nie:

A Moenie die moontlike kliënt vra waarom hy/sy die aanbod van die hand gewys het nie
B Gee 'n keuse
C Hersien die verkoopsaanbieding
D Gooi tou op

Kopiereg voorbehou

1.1.13 EEN van die volgende reëls sal 'n verkoopspersoon help om vooroordeel te oorkom:

A Behandel 'n bevooroordeelde persoon met respek
B Oorkom bevooroordeling met 'n argument
C Wys die moontlike kliënt op direkte wyse dat hulle vooroordeel onlogies is
D Moenie 'n bevooroordeelde persoon ignoreer nie

1.1.14 'n … kwota is 'n tipe kwota.

A Uitgawe-
B Bruto marge-
C Trefpuntvolume- ('Point sales volume')
D Begrotings-

1.1.15 Die verkoopspersoon moet bewus wees van die … waarvan sy/haar maatskappy deel uitmaak.

A markgrootte
B produkondersteuning in die bedryf
C toekomstige tendense in die bedryf
D produksieproses en -metodes

(15 × 2) (30)

1.2 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.10) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

1.2.1 Die gebruikerverwagtingsmetode maak staat op antwoorde van die produk se werklike gebruikers.

1.2.2 'n Verkoopspersoon se kanse op langtermynsukses is maar skraal as hy/sy nie van mense hou nie.

1.2.3 Dis onnodig dat die verkoopspersoon dieselfde kennis oor produksieprosesse en -metodes het as die produksiebestuurder.

1.2.4 Verkoopspotensiaal verwys na die verwagte verkope van 'n gegewe produk of diens in die hele bedryf.

1.2.5 Verkope neem af wanneer verkoopspersoneel aan spesifieke gebiede toegewys word.

1.2.6 Trefpuntvolumekwotas ('Point sales volume quotas') word gebruik wanneer pryse aansienlik skommel en wanneer produkte uit smal produklyne teen stabiele pryse verkoop word.

1.2.7 Koopvermoë beteken dat die moontlike kliënt kontant beskikbaar het, per tjek of kredietkaart kan betaal of vir kredietverskaffing kwalifiseer.

Kopiereg voorbehou

1.2.8 Besluitloosheid is wanneer 'n moontlike kliënt twyfel of hulle 'n produk moet koop.

1.2.9 Die skok- en produkbenaderings word gebruik om die aansprake van die verkoopspersoon tydens die aanbieding te staaf.

1.2.10 Dis nie belangrik dat die verkoopspersoon kennis dra van die mededingers nie.

(10 × 2) (20)
[50]

TOTAAL AFDELING A: 50

AFDELING B

VRAAG 2

2.1 Sodra die verkoopspersoon weet wie die mededingers is, kan hy/sy verskillende voordele aan die kliënt uitwys en besware oorkom.

Noem VYF aspekte van die mededingers wat verkoopspersoneel moet weet. (5 × 2) (10)

2.2 Verkoopspersoneel het die eienskappe van die verkoopsproses as kultuur aangepas en tegnologie het verander. Die verkoopsproses is gewoonlik verdeel in SEWE stappe. Sodra jy dié stappe verstaan, is jy in staat om letterlik enigiets wat jy wil te verkoop en jou kliënte tevrede te stel.

Noem die SEWE stappe en verduidelik die rol van elke stap in die verkoopsproses. (7 × 4) (28)

2.3 'n Verkoopspersoon moet sy/haar tyd tussen VYF hoofaktiwiteite verdeel.

Noem hierdie VYF aktiwiteite. (5 × 2) (10)

2.4 Definieer die term *roetering*. (2)
[50]

VRAAG 3

3.1 Noem en bespreek VYF fisiese besware wat 'n kliënt mag hê tydens 'n verkoopsaanbieding. (5 × 4) (20)

3.2 Indien verkoopspersoneel nie die prosedure verstaan van hoe kwotas vasgestel word nie kan hulle dalk begin dink dat die kwotas slegs gebruik word sodat hulle harder moet werk sonder dat die maatskappy hulle daarvoor betaal.

Verduidelik waarom dit belangrik is dat verkoopspersoneel deelneem aan die vasstelling van kwotas vir hul verkoopsgebiede. (3 × 2) (6)

Kopiereg voorbehou

3.3 Noem VIER faktore wat die waarskynlike verkoopsvolume sal beïnvloed. (4 × 2) (8)

3.4 'n Goedbeplande verkoopsaanbieding kan deur 'n swak verbale aanbieding bederf word.

Wat is die belangrike kriteria wat verkoopspersoneel moet nakom om te verseker dat hulle hul aanbieding suksesvol oordra? (5 × 2) (10)

3.5 Klassifiseer die volgende verkoopstegnieke:

3.5.1 Die verkoopspersoon oorhandig motorsleutels aan die moontlike kliënt met die woorde: 'Neem dit vir 'n toetsrit.'

3.5.2 'Mnr. Maluleke is laas maand in 'n motorongeluk dood. Hy het bly uitstel om 'n polis uit te neem en nou is sy vrou en kinders sonder die nodige finansiële ondersteuning. Jy wil tog nie hê so-iets moet met jou vrou en kinders gebeur nie, nie waar nie?'

3.5.3 'Gaan jy kontant betaal of in paaiemente?'

(3 × 2) (6)

[50]

VRAAG 4

4.1 Verduidelik VIER punte ten opsigte van die verkoopsmagsamestelling as 'n manier om verkoopsvoorspellings te maak. Noem ook DRIE voordele en DRIE nadele van hierdie metode. (16)

4.2 Betroubaarheid is 'n persoonlike eienskap wat die meeste kliënte in 'n verkoopspersoon opmerk en waardeer. Kliënte vergeet nie 'n verkoopspersoon wat dinge onthou, instruksies uitvoer, beloftes hou en ten alle tye saamwerk nie.

Noem VYF ander persoonlikheidseienskappe wat nodig is vir sukses in verkope. (5 × 2) (10)

4.3 Dis belangrik dat die verkoopspersoon terugvoer gee aan die bemarkingsbestuur as deel van sy/haar primêre taak, om met moontlike en bestaande kliënte te skakel en met hulle te konsulteer oor die organisasie se bemarkingsfunksies.

Noem VYF belangrike bemarkingsfunksies wat verkoopspersoneel moet uitvoer waneer hulle persoonlike verkope doen. (5 × 2) (10)

4.4 Wat is die verskil tussen 'n *geldbeswaar* en 'n *prysbeswaar*? (2 × 2) (4)

4.5 Noem VIER doelwitte van verkoopskwotas. (4 × 2) (8)

4.6 Wat is 'n *moontlike kliënt*? (2)

[50]

VRAAG 5

5.1	Kennis vorm 'n belangrike hoeksteen van 'n verkoopspersoon se sukses. Noem VYF voordele daarvan as 'n verkoopspersoon ingelig is. (Verwys na die belangrikheid van kennis.)	(5 × 2)	(10)
5.2	Noem VYF partye wat by 'n koopspan betrokke moet wees.	(5 × 2)	(10)
5.3	Noem VYF faktore wat die opstelling van die verkoopsgebied beïnvloed.	(5 × 2)	(10)
5.4	Dis uiters belangrik dat 'n verkoopspersoon die korrekte benadering moet gebruik en dit is dus noodsaaklik dat hy/sy al die benaderingstegnieke ken. Noem en bespreek VYF benaderingstegnieke.	(5 × 4)	(20) **[50]**

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200

Kopiereg voorbehou