



higher education
& training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

**NATIONALE SERTIFIKAAT
VERKOOPBESTUUR N5**

27 Mei 2021

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 7 bladsye.

AFDELING A (VERPLIGTEND)**VRAAG 1**

1.1	1.1.1	Promosiemengsel		
	1.1.2	Posontleding		
	1.1.3	Verkoopsvoorspelling		
	1.1.4	Markpotensiaal		
	1.1.5	Delphi-tegniek		
	1.1.6	Onkostekwotas		
	1.1.7	Koper		
	1.1.8	Uitkenner ('Spotter')		
	1.1.9	Waarborg		
	1.1.10	Sielkundige		
	1.1.11	Kognitiewe dissonansie		
	1.1.12	Roetering (stelsel)		
	1.1.13	Direkte prospektering		
	1.1.14	Naverkoopdienste		
	1.1.15	Onderskrywing		
			(15 × 2)	(30)
1.2	1.2.1	Onwaar		
	1.2.2	Waar		
	1.2.3	Onwaar		
	1.2.4	Waar		
	1.2.5	Onwaar		
	1.2.6	Onwaar		
	1.2.7	Waar		
	1.2.8	Onwaar		
	1.2.9	Waar		
	1.2.10	Waar		
			(10 × 2)	(20)
				[50]
			TOTAAL AFDELING A:	50

AFDELING B**VRAAG 2**

- 2.1
- Om nie beloftes te maak wat hy/sy en sy/haar besigheid nie kan hou nie
 - Om raad te gee en aanbevelings te maak wat die klant se behoeftes sal bevredig
 - Om te sorg dat alle dokumentasie korrek voltooi is om enige misverstande te voorkom
 - Om deurlopend beheer uit te oefen oor alle aspekte van die klant se bestelling, bv. aflewering, installering, instandhouding, ens. (4 × 2) (8)
- 2.2 'n Onaktiewe klant het altyd by die besigheid gekoop, maar weens een of ander rede opgehou om by daardie besigheid te koop. (2)
- 2.3
- 2.3.1
- Gebruik die uitvoerende gesag se opinie sonder persoonlike besprekings
 - Gee opinies anoniem
 - Skep 'n akkurate voorspelling as die jurie van uitvoerende gesag se opinie
 - Om die voorspelling van elke uitvoerende lid in 'n anonieme opsomming te kombineer
 - Dis meer gestruktureerd en objektief as die jurie van uitvoerende gesag se opinie
 - Daar's geen dominante persoon en geen groepsdruk wat beïnvloed nie (Enige TWEE)
- 2.3.2
- Kenners met baie ervaring
 - 'n Groep uitvoerende beamptes hou vergadering en gee individuele opinies oor die voorspelling vir die betrokke tydperk
 - Daar word 'n gemiddeld vir die individuele opinies gekry, of konsensus word op grond van getalle bereik
 - Baie subjektief weens individuele opinies
 - Word gebruik as 'n nuwe besigheid begin, 'n nuwe produklyn van stapel gestuur word, wanneer 'n maatskappy beplan om in 'n nuwe gebied te verkoop of waar geen vorige data beskikbaar is nie (Enige TWEE)
- 2.3.3
- Dit word met sukses gebruik as die maatskappy senior verkoopsmanne met baie ervaring het
 - Gebaseer op elke verkoopsman se voorspelling vir sy/haar eie gebied
 - Beramings word deur die bestuur gekombineer en gewysig om 'n maatskappy se verkoopsvoorspelling te produseer (Enige TWEE)
- 2.3.4
- Poog om geskiedkundige neigings op die toekoms te projekteer
 - Maak waarnemings op grond van veranderlikes soos verkope
 - Kwartaallikse, weeklikse en daaglikse syfers
 - Aanvaar dat veranderingspatrone van vorige verkoopsvlakke toekomstige verkope voorspel

(Enige TWEE)

(4 × 4) (16)

- 2.4
- Om agtergrondinligting te versamel
 - Om tussen voornemende klante en algemene wenke te onderskei
 - Om 'n voornemende klante se ware koopmotief aan te dui
 - Om die verkoops persoon te help besluit wat die beste benadering tot die voornemende klante sal wees en hoe om die aanbieding te beplan
 - Om meer suksesvolle resultate te verseker
 - Om te keer dat die verkoops persoon ernstige foute maak, bv. om 'n dokter as "meneer" aan te spreek
 - Om te verseker dat die verkoops persoon inligting gereeld op 'n georganiseerde manier aanvul
 - Om 'n basis te verskaf vir vrae waarmee ontbrekende inligting aangevul word
 - Om baie vertroue in die verkoops persoon en die aanbieding te skep
 - Om voornemende klante te beïndruk met die verkoops persoon se professionaliteit en deeglikheid – as hulle besef dat die verkoops persoon moeite gedoen het om so baie inligting te vergader, gee dit hulle 'n persoonlike gevoel van belangrikheid
 - Om die verkoops persoon meer selfvertroue te gee en entoesiasies te maak as hy/sy die aanbieding vir die voornemende klante doen (Enige 10 × 2) (20)
- 2.5 Persoonlike verkope verwys na die mondelinge en fisiese aanbieding✓ van 'n produk deur 'n verkoops persoon aan een of meer voornemende kopers✓ met die doel om 'n probleem of probleme te identifiseer wat die produk of diens kan oplos, om die verkoopstransaksie te beklink✓ teen 'n wins vir die besigheid wat hy/sy verteenwoordig en om naverkoopdiens te verskaf✓ vir klantetevredenheid. (4)
[50]

VRAAG 3

- 3.1
- Verouderde produk
 - Ongerieflike verpakking
 - Misverstande, aflewerings- of verspreidingsprobleme
 - Laer pryse van mededingers
 - Faktureringsfoute
 - Swak verkoopmanskap in terme van benadering of hantering van besware deur verkoops personeel (Enige 4 × 2) (8)
- 3.2
- Gesigsuitdrukkinge
 - Fisiese tekens
 - Verbale tekens (3 × 2) (6)
- 3.3
- Besluit watter rekeninge (klante) om te bel
 - Verdeel tyd tussen verkope en administrasie
 - Ken tyd toe aan huidige klante, voornemende klante en diensoproepe (3 × 2) (6)
- 3.4
- Toestande binne die maatskappy
 - Toestande binne die industrie
 - Veranderde marktoestande
 - Algemene besigheidstoestande (4 × 2) (8)

3.5 Fisiese eienskappe✓✓

- Die verkoops persoon moet die produk se hoofeienskappe en die behoeftes wat dit vervul duidelik en met selfvertroue kan beskryf.✓
- Hy/Sy moet ook die kennis hê om hierdie eienskappe in produkvoordele en klantebehoeftebevrediging te omskakel.✓
- Ander aspekte van die produk wat hy/sy moet ken sluit in: patentregte, afmetings, kapasiteit, ontwerp, aanpasbaarheid, verskillende soorte en modelle.

Produkreeks✓✓

- Die verkoops persoon moet kennis hê van die produkreeks se samestelling, en wanneer en waarom die produkreeks uitgebrei is.✓
- Aangeleenthede soos gespesialiseerde voordele, soos wanneer slegs een produk verkoop word, of die diensaspek wanneer 'n reeks produkte verkoop word, is alles feite wat die verkoops persoon tot sy/haar voordeel kan gebruik.✓

Produkondersteuning✓✓

- Die verkoops persoon moet alles weet aangaande die naverkoopdiens wat die besigheid bied.✓
- Aangeleenthede sluit in: produkwaarborg, die bepalinge daarvan, en die hantering van klagtes en probleme wat die produk moontlik kan veroorsaak.✓
- Kennis moet insluit: die diensperiode, voorwaardes, hantering van defekte en produkte wat nie korrek funksioneer nie.

Produksiemetodes en -prosesse✓✓

- Die verkoops persoon se kennis moet verder as die materiale in die produk strek.✓
- 'n Voornemende klant sal beïndruk wees as die verkoops persoon ook die spesifieke tegnieke ken wat in die vervaardigingsproses gebruik word.✓
- Dis veral van toepassing waar produkte spesifiek vir 'n klant ontwerp word.

Produkgebruike✓✓

- Hoe meer gebruike die verkoops persoon vir die produk kan vasstel, hoe meer geleenthede het hy/sy om die gebruik daarvan by 'n spesifieke behoefte van 'n voornemende koper te pas.✓
- Die verkoops persoon moet 'n lys opstel van alle nuwe gebruike van produkte.✓

(5 × 4) (20)

- 3.6 'n Uitkenner ('spotter') is 'n persoon wat 'n potensiële voornemende klant opspoor en dit rapporteer aan 'n senior verkoops persoon wat dan die verantwoordelikheid oorneem om aan hierdie voornemende klante te verkoop.

(2)
[50]

VRAAG 4

- 4.1
- Sosiale netwerke
 - Vraelyste
 - Verkoopsmense
 - Intydse klets gesprekke (Enige 3 × 2) (6)
- 4.2
- Vra meer spesifieke vrae
 - Swaai die beswaar om tot 'n voordeel
 - Verskaf bewyse
 - Stem saam en kwalifiseer
 - Gee meer inligting
 - Oorkom deur saam te stem
 - Vergelyk produkte en dienste
 - Wys die voornemende klante wat uitstel hulle kan kos
 - Assosieer die produk met die voornemende klant se koopmotiewe
 - Beperk besware (Enige 7 × 2) (14)
- 4.3
- Klantediens
 - Hantering van klagtes
 - Hantering van omruilings en verstellings
 - Kredietaansoeke
 - Ander aanvullende dienste (4 × 2) (8)
- 4.4
- Weerstand teen verandering
 - Ongelyke verspreiding van klante in die mark, wat beteken daar's 'n wanbalans in potensiaal oor geografiese gebiede heen
 - Ken verkoopsmense toe aan gebiede vanuit 'n persoonlikheidsogpunt (3 × 2) (6)
- 4.5
- Verkoopsvolumekwotas afgelei vanuit gebiedsverkopepotensiaal
 - Verkoopsvolumekwotas afgelei vanuit algehele markberamings
 - Verkoopsvolumekwotas gebaseer op vorige verkope
 - Verkoopsvolumekwotas gebaseer op slegs uitvoerende gesag se beoordeling
 - Verkoopsvolumekwotas slegs geassosieer met vergoedingsplanne
 - Laat verkoops personeel toe om hul eie verkoopsvolumekwotas op te stel (Enige 5 × 2) (10)
- 4.6
- Verkoopstake
 - Aanvullende dienste
 - Nieverkoopstake (3 × 2) (6)
- [50]**

VRAAG 5

- 5.1
- Wys die klant dat jy omgee met gereelde kontak via e-pos, telefoonoproep, SMS'e en besoeke.
 - Wys die klant hoe belangrik hy/sy is deur jou bereidwilligheid om van diens te wees en deur ekstra persoonlike gunste te bewys.
 - Wys opregte belangstelling deur die klant se behoeftes en probleme jou eie te maak.
 - Wys jou waardering vir ondersteuning op 'n deurlopende basis.
 - Ontwikkel 'n aangename en aanvaarbare persoonlikheid, bv. wees hoflik, toon empatie en wees vriendelik teenoor die klant en personeel.
 - Ken jou klante en personeel.
 - Behou die klant se entoesiasme vir jou, die produk en die besigheid.
 - Kom beloftes en ondernemings na.
 - Wees betroubaar.
 - Gee verpersoonlikte behandeling.
 - Wees konsekwent in sy/haar benadering.
 - Beperk foute.
 - Volg klagtes onmiddellik op.
 - Vra vir terugvoer en maak aantekeninge van klante se voorstelle en aanbevelings.
- (Enige 10 × 2) (20)
- 5.2
- Verminderde reistyd en verkoopskoste
 - Verbeterde gebiedsdekking
 - Verbeterde inligting
- (3 × 2) (6)
- 5.3
- Aard van die verkoopspos
 - Aard van die produk
 - Fase van markontwikkeling
 - Intensiteit van markdekking
 - Intensiteit van kompetisie
- (5 × 2) (10)
- 5.4
- Kry die voornemende klant se aandag.
 - Maak die voornemende klant bewus van 'n probleem of behoefte.
 - Lig voordele aan die voornemende klant uit.
 - Verskaf bewyse van voordeel.
 - Spoor die voornemende klant tot aksie aan.
- (3 × 2) (6)
- 5.5
- Stap 1: Prospektering
 - Stap 2: Vóór benadering (beplanning van die verkoopsaanbieding)
 - Stap 3: Benadering tot die verkoopsaanbieding
 - Stap 4: Verkoopsaanbieding
- (4)
- 5.6
- Dis baie tydrowend.
 - Uitvoerende gesag se opinies word gebruik en nie direkte markfaktore nie.
- (2 × 2) (4)
- [50]**

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200