



**higher education  
& training**

Department:  
Higher Education and Training  
**REPUBLIC OF SOUTH AFRICA**

# **NASIENRIGLYN**

**NATIONALE SERTIFIKAAT**

**VERKOOPBESTUUR N5**

**18 NOVEMBER 2019**

**Hierdie nasienriglyn bestaan uit 8 bladsye.**

**AFDELING A****VRAAG 1**

1.1	1.1.1	C		
	1.1.2	C		
	1.1.3	B		
	1.1.4	B		
	1.1.5	A		
	1.1.6	A		
	1.1.7	A		
	1.1.8	B		
	1.1.9	D		
	1.1.10	D		
	1.1.11	A		
	1.1.12	B		
	1.1.13	A		
	1.1.14	B		
	1.1.15	D		
			(15 × 2)	(30)
1.2	1.2.1	Waar		
	1.2.2	Waar		
	1.2.3	Waar		
	1.2.4	Onwaar		
	1.2.5	Waar		
	1.2.6	Waar		
	1.2.7	Waar		
	1.2.8	Onwaar		
	1.2.9	Onwaar		
	1.2.10	Waar		
			(10 × 2)	(20)
				<b>[50]</b>
			<b>TOTAAL AFDELING A:</b>	<b>50</b>

**AFDELING B****VRAAG 2**

- 2.1
- Persoonlike netheid en kleredrag
  - Voorkoms
  - Goeie gesondheid
  - Maniere en gewoontes
  - Stemgebruik (5 × 2) (10)
- 2.2
- Om kwantitatiewe prestasiestandaarde te verskaf
  - Om former verkope- en uitgawebeheer te verkry
  - Om verlangde prestasie aan te moedig
  - Om dit te gebruik in verband met die verkoopstryd en -kompetisies (4 × 2) (8)
- 2.3
- 2.3.1
- Verkoopspersoon neem aan dat die aspirantkoper gaan koop, ongeag wat.
  - 'Al wat nodig is, is maar net 'n paar klein dingetjies soos kleur, grootte, aflewering, bepalings, ensovoorts.'
  - As die aspirantkoper die verkoopspersoon nie stop nie, is die transaksie beklank, en die administrasieprosedure vir afhandeling moet gefinaliseer word.
  - Byvoorbeeld: 'Gaan u kontant betaal of op krediet koop?'
  - 'Ons lewer dit Maandag af.' (Enige 2 × 2)
- 2.3.2
- In hierdie afhandelingsbenadering vra die verkoopspersoon bloot vir 'n opdrag.
  - Baie verkoopspersone verspeel die kans om iets te verkoop omdat hulle nie aspirantkopers vra om te koop nie.
  - Verkoopspersone is bang om 'n 'NEE'-antwoord te kry.
  - Verkoopslui vrees verwerping, want hulle kan nie mislukking hanteer nie.
  - Met hierdie tegniek moet verkoopslui let op lyftaal sodat hulle die regte geleentheid om te vra kan raaksien. (Enige 2 × 2)
- 2.3.3
- In hierdie tegniek doen die verkoopspersoon fisies iets om te verkoop af te handel. ✓✓
  - Die verkoopsman gee byvoorbeeld vir die aspirantkoper 'n pen om die kontrak te teken. ✓✓
  - 'n Verkoopsman wat motors verkoop kan die motorsleutels aan die aspirantkoper oorhandig en sê: 'Toetsbestuur die motor.'
  - Deur die voorstel van die verkoopspersoon uit te voer (deur die pen te neem of die kontrak te teken, ensovoorts) stem die aspirantkoper stilweg in om die produk te koop. (Enige 2 × 2)

- 2.3.4
- Hierdie tegniek benut die mense se natuurlike geneigdheid om te wil besit wat ander besit.
  - Dit druis teen die menslike natuur in om 'n kans te verspeel.
  - As die aspirantkoper hoor daar is slegs een item oor, of dat dit reeds bestel is, wil hulle dit gewoonlik hê.
  - Hierdie tegniek kan nie gebruik word om van dinge ontslae te raak wat stadig verkoop en waarvan daar nog baie in voorraad is nie.
  - Dit sou oneties wees vir die verkoops persoon om dit te doen.
  - Byvoorbeeld: 'Hierdie aanbod verval vandag: Dis u laaste kans om dit teen 50% afslag te koop.'
  - 'Daar is slegs twee banke in hierdie kleur beskikbaar en ons sal nie meer van hulle inkry nie.'
- (Any 2 × 2)  
(4 × 4) (16)
- 2.4
- Naam, adres en soort onderneming
  - Die geskiedenis en ander inligting oor die besigheid en die personeel
  - Die operasionele funksionering van die onderneming
  - Bedryfsmededingers en aankoopprosedures
  - Toekomsprospektief
- (5 × 2) (10)
- 2.5
- Besluit oor watter rekeninge (klante) om te bel
  - Verdeling van tyd tussen verkope en administrasie
  - Toedeling van tyd tussen huidige klante, voornemene klante en diensgesprekke
- (3 × 2) (6)  
**[50]**

**VRAAG 3**

- 3.1
- Mening van 'n jurie van uitvoerende bestuur ✓✓
- Deskundiges met jare lange ervaring word met hierdie metode gebruik ✓
  - Bestuursbeamptes kom bymekaar en gee hul menings oor die vooruitskatting vir betrokke tydperk ✓
  - Hierdie metode is subjektief.
  - Nuttig in situasies waar geen vorige data beskikbaar is nie
  - Word gebruik wanneer 'n nuwe onderneming geopen word, 'n nuwe produksielyn van stapel gestuur word of 'n onderneming beplan om in 'n nuwe area te verkoop
- Delphi-tegniek ✓✓
- Hierdie metode maak van menings van bestuursbeamptes gebruik sonder persoonlike gesprekke. ✓
  - Menings word anoniem gegee. ✓
  - Dit skep 'n meer akkurate vooruitskatting as die mening van die jurie van uitvoerende bestuur.
  - Hierdie metode is meer gestruktureerd en meer objektief as die mening van die jurie van uitvoerende bestuur.

## Verkoopskorpssamestelling✓✓

- In hierdie metode vra die voorspeller elke verkoops persoon wat in die veld werk, vir sy mening oor verkope✓
- Elke verkoops persoon sal vir hul eie verkoopsgebied 'n projeksie maak.✓
- Word gebruik as die organisasie meer senior verkoops persone met ervaring het.
- Bestuurders sal die syfers beoordeel en die nodige aanpassing maak.

## Tydreeksontleding✓✓

- Hierdie metode gebruik die ontleding van geskiedkundige tendense om toekomstige aanvraag te voorspel✓
- 'n Tydreeks is 'n stel waarnemings oor veranderlikes soos verkope.✓
- Vooruitskatting word gegrond op die aanname dat patrone wat in vorige verkope opgemerk is, gebruik kan word om toekomstige verkope vooruit te skat.
- 'n Tydreeks kan verskillende soorte bewegings of variasies bevat, bv. sikliese, seisoenale en lukrake variasie.

## Gebruikersverwagtinge✓✓

- Ook bekend as kopersvoornemens✓
- Hierdie metode berus op antwoorde van werklike gebruikers/klante.✓
- Word gebruik wanneer klante in 'n paar geografiese areas saamgetrek is
- Word hoofsaaklik met industriële produkte gebruik

## Aanwysers

- Dikwels hou sekere faktore verband met die verkope of die meegaande koste van 'n produk, maar hul impak tref eers na 'n sekere tydperk.
- 'n Belangrike ekonomiese aanwyser is een wat verander en daarna volg die ekonomie 'n tendens.
- Hierdie metode is egter ingewikkeld en enkele aanwysers is nie voldoende om 'n vooruitskatting te maak nie.. (Enige 5 × 4) (20)

- 3.2
- Behoefte of gebruik
  - Vermoë om te koop
  - Grootte en belangrikheid van verkoopstransaksie
  - Frekwensie van behoefte
  - Dringendheid van behoefte
  - Gesag om te koop (Enige 5 × 2) (10)

- 3.3
- Beplan elke demonstrasie individueel.
  - Pas die verkoopspraatjie by die demonstrasie aan.
  - Wees voorbereid (voorafgaande reëlins vir demonstrasie).
  - Dek die belangrikste eienskappe van die produk.
  - Betrek die aspirantkoper.
  - Verduidelik stap vir stap.
  - Behou beheer.
  - Tyd en spoed van demonstrasie.
  - Die afsluiting en opvolg van die demonstrasie. (Enige 5 × 2) (10)

- 3.4
- Die produk mag verouderd wees.
  - Verpakking kan ongemaklik wees.
  - Die gevolge van 'n misverstand (aflewerings- of verspreidingsprobleme)
  - Mededinger se laer pryse
  - Faktureringsfoute
  - Swak verkoopkuns wat betref benadering of hantering van besware van verkoops personeel (Enige 5 × 2) (10)
- [50]**

**VRAAG 4**

- 4.1
- Aard van die verkooptaak
  - Aard van die produk
  - Stadium van markontwikkeling
  - Intensiteit van markdekking
  - Intensiteit van mededinging (5 × 2) (10)
- 4.2
- Die taak om kwotas en die bepaling daarvan te verduidelik word vereenvoudig.
  - Verkoop personeel het sekere inligting oor hul gebiede wat bestuurslede nie het nie.
  - Hulle word makliker oortuig van hul noukeurigheid. (3 × 2) (6)
- 4.3
- Vooroordeel ✓✓
- Persoonlike voorkeur en vooroordele lei soms tot griewe. ✓
  - Aspirantkopers klou vas aan sekere vooropgestelde idees, beginsels of bygelowe. ✓
  - Hulle koop slegs sekere handelsmerke (fabrikate) of by sekere winkels.
  - Dit is die verkoops persoon se plig om vooroordele raak te sien.
  - Die verkoops persoon moet vooroordeel met respek bejeën.
  - Moenie probeer om vooroordeel met 'n argument te oorwin nie.
  - Vergeet van vooroordele nadat dit raakgesien en uit die weg geruim is.
  - Wys die aspirantkoper taktvol en op 'n indirekte manier daarop dat sy vooroordeel teenstrydig is met iets anders waarin hy glo.
- Onkunde ✓✓
- Baie griewe ontstaan uit 'n gebrek aan kennis. ✓
  - As die aspirantkoper nie bewus is van sy behoefte of van die bestaan van die produk nie, moet die verkoops persoon bykomende inligting oordra. ✓
  - Die verkoops persoon moet dit baie omsigtig doen omdat die aspirantkoper nie oningelig of onkundig wil lyk nie.
- Vrees ✓✓
- Vrees word veral ervaar wanneer 'n duur produk gekoop word, bv. 'n motor/huis. ✓
  - Die risiko om geld te verloor mag hoog wees; dus mag die aspirantkoper skrikkerig wees. ✓
  - Baie mense is bang om geld te verloor of foute te maak, wat kan lei tot 'n swak indruk onder vriende en familie.
  - Verskaf al die feite en bewyse om te wys dat die vrese ongegrond is.
  - Die verkoops persoon kan waarborge en geld-terug-waarborge verskaf om kognitiewe dissonansie te verminder.

## Selfvoldaanheid✓✓

- Kom voor wanneer mense tevrede is met wat hulle reeds besit.✓
- Byvoorbeeld bejaardes wat tevrede is met hul konvensionele oond en nie 'n mikrogolfoond wil hê nie.✓
- In die meeste gevalle is dit omdat hulle nie van beter weet nie.
- Om hierdie selfvoldaanheid te bowe te kom, is dit nodig om die aspirantkoper te wys wat hy misloop deur nie die nuwe produk te besit nie.

## Besluiteloosheid✓✓

- Dit is wanneer 'n aspirantkoper nie kan tot 'n besluit kan kom om die produk te koop nie.✓
- Hy weet hy wil die produk hê, maar hy stel gewoonlik die besluit om te koop uit.✓
- Om besluiteloosheid te oorwin, moet die verkoops persoon die stappe in die verkoopsproses herhaal en die aspirantkoper laat saamstem oor klein besonderhede soos kleur, afleweringdatum, betaalwyse, ensovoorts.

(5 × 4) (20)

- 4.4
- Verskeie oogpunte en 'n wyer ervaringsveld word toegepas.
  - Besluite word op 'n meer wetenskaplike manier geneem.
  - Die vlak van die druk in die koper-verkoper-verhouding word verlaag.
  - Dit verminder die gevolglike risiko.
  - Dit verseker dat die belegging aan die verwagte groei van die onderneming sal voldoen soos uiteengesit in die onderneming se strategieplan.
  - Om die maatskappy se handelsnaam te beskerm.
  - Ingewikkeldheid van die taak: Die aankoop van sommige produkte soos IT vereis die bydrae van verskeie kundiges.
  - Dit handhaaf mededingendheid. (Enige 3 × 2) (6)

- 4.5
- Reis
  - Wagperiode
  - Persoonlike verkope
  - Diens
  - Administrasie/papierwerk (Enige 4 × 2) (8)
- [50]**

**VRAAG 5**

- |     |   |                   |
|-----|---|-------------------|
| 5.1 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verseker behoorlike markdekking</li> <li>• Gelykmaking van werkklas</li> <li>• Verhoog verkoops persone se moreel</li> <li>• Verbeter evaluering en beheer van die verkoops personeel</li> <li>• Verbeter ontleding en beplanning van verkoopsbedrywighede</li> <li>• Verbeter verkope</li> <li>• Verminder konflikte en dispute</li> <li>• Verbeter/versterk klantebetrekkings</li> <li>• Verminder verkoopskoste</li> <li>• Verbeter ko-ordinasie tussen verkope en ander markbedrywighede (10 × 2)</li> </ul> | (20)              |
| 5.2 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Verkoopsvolumekwotas</li> <li>• Begrotingskwotas</li> <li>• Bedrywighedskwotas</li> <li>• Kombinasie- en puntstelselkwotas</li> </ul>  | (4 × 2) (8)       |
| 5.3 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesigsuitdrukkings</li> <li>• Fisieke tekens</li> <li>• Verbale tekens</li> </ul>  | (3 × 2) (6)       |
| 5.4 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Die vraag moenie tot 'n negatiewe respons aanleiding gee nie.</li> <li>• Die vraag moet tersaaklik en spesifiek wees.</li> <li>• Vra persoonlike en vertroulike vrae slegs wanneer dit werklik nodig is.</li> <li>• Moenie vir inligting vra wat die aspirantkoper nie kan beantwoord nie.</li> </ul>  | (4 × 2) (8)       |
| 5.5 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gebruikers</li> <li>• Inisieerders</li> <li>• Beïnvloeders</li> <li>• Finalebesluitnemers</li> <li>• Kopers</li> <li>• (Hek)wagters</li> </ul>   | (Enige 4 × 2) (8) |

**[50]**

**TOTAAL AFDELING B: 150**  
**GROOTTOTAAL: 200**