

Oefenmateriaal Basiskennis Sales

Vakgebied: Basis Basiskennis Sales

Welkom bij het **oefenmateriaal** van het NIMA Examen Basiskennis Sales.

Dit oefenmateriaal bestaat uit 20 meerkeuzevragen. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen. Dit oefenmateriaal geeft een beeld van de vraagstelling en geeft u de gelegenheid te oefenen met examenvragen.

Het **NIMA Examen Basiskennis Sales** bestaat uit 45 meerkeuzevragen. Het maximaal aantal te behalen punten voor dit examen is 45. Elk correct antwoord levert één punt op. Bij 25 punten of meer heeft u een voldoende behaald.

Veel succes!

Publicatie van deze opgaven mag alleen geschieden na schriftelijke toestemming van NIMA.

Aantal vragen: 20

1 Welk begrip wordt hier beschreven?

1 pt.

Berichten die in de media verschijnen waarvoor niet betaald hoeft te worden, maar die bewerkstelligd worden door goede contacten met journalisten op te bouwen en hen op de hoogte te houden van activiteiten en events met nieuwswaarde.

- a. Ambassadeurs
- b. Free publicity
- c. Sponsored ads
- d. Content marketing

2 Wat wordt er bepaald bij de Customer Lifetime Value per klant?

1 pt.

- a. De bijdrage van de klant aan het marktaandeel
- b. De bijdrage van de klant aan de overhead
- c. De bijdrage van de klant aan overhead en winst
- d. De bijdrage van de klant aan de winst

3 Hoe noemt men het punt waarop de omzet zo groot is, dat precies de vaste en variabele kosten gedekt worden?

1 pt.

- a. Het bedrijfsresultaat
- b. De opbrengstlijn
- c. De balans
- d. Het break-even-punt

4 Met welk systeem kunnen prestaties van leveranciers haarscherp in beeld worden gebracht door deze te meten en te beoordelen op basis van een aantal criteria?

1 pt.

- a. Inkoopportfolio
- b. KVVB-matrix
- c. Clientrating
- d. Vendorrating

5 Wat zijn de vier soorten klanttypen?

1 pt.

- a. De afwachtende, progressieve, beïnvloedbare en onredelijke klant
- b. De agressieve, gereserveerde, joviale en bedeesde klant
- c. De positieve, negatieve, neutrale en statische klant
- d. De verwende, hebberige, tevreden en dankbare klant

6 Hoe heet een matrix met als dimensies het aanbod van de leverancier en koopmotieven van de klant?

1 pt.

- a. Sellogram
- b. Hot prospect
- c. KVVb-matrix
- d. Marktpenetratie

7 Welke fasen worden onderscheiden bij het onderhandelingsproces?

1 pt.

- a. Kennismakings-, voorleg-, biedings-, onderhandelings-, besluitvormings- en afrondingsfase
- b. Introductie-, oriëntatie-, evenwichts- en conclusiefase
- c. Inleidings-, aanzet-, discussie- en slotfase
- d. Voorbereidings-, aanloop-, openings-, verkennings-, optiekeuze-, impasse, en afsluitingsfase

8 Wat is een klantenpiramide?

1 pt.

- a. Een verwijzing naar de drie soorten klanten die een onderneming kent: actieve klant, receptieve klant en assertieve klant
- b. Een visualisering van de rangschikking van de bestaande en potentiële klanten naar omzet
- c. Een schematische weergave van alle klanten en hun functies, gerangschikt van hoge functies zoals directeur naar lagere functies zoals medewerker
- d. Een opeenstapeling van nieuwe klandizie in een korte periode

- 9** Er worden drie basisstrategieën van prijszetting onderscheiden. Welke zijn dit?
1 pt.
- a. Inkoopgeoriënteerde, verkoopgeoriënteerde en opslaggeoriënteerde prijszetting
 - b. Afzetgeoriënteerde, omzetgeoriënteerde en winstgeoriënteerde prijszetting
 - c. Ontwikkelingsgeoriënteerde, productiegeoriënteerde en distributiegeoriënteerde prijszetting
 - d. Kostgeoriënteerde, concurrentiegeoriënteerde en afnemersgeoriënteerde prijszetting
- 10** Wat betekent de afkorting AIDA?
1 pt.
- a. Aandacht, interactie, doel, attitude
 - b. Awareness, interaction, decision, action
 - c. Attention, interest, desire, action
 - d. Attitude, information, direction, action
- 11** Wat is de definitie van een attitude?
1 pt.
- a. Het gevoel van twijfel na een moeilijke aankoopbeslissing
 - b. Een aangeleerde houding ten opzichte van producten of organisaties
 - c. Het waarnemen en verwerken van externe stimuli
 - d. Positieve bekrachtiging als leerproces
- 12** Waarvoor staat de afkorting SMART?
1 pt.
- a. Strategie, missie, ambitie, redundantie, target
 - b. Specifiek, meetbaar, ambitie, rendement, target
 - c. Sociaal, markt, ambitieus, rendement, technologisch
 - d. Specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdgebonden
- 13** In het inkoopportfoliomodel worden aan de hand van de mate van toeleveringsrisico en de invloed op de winst van de onderneming, vier producten onderscheiden. Welke producten zijn dit?
1 pt.
- a. Affiliate product, Development product, Sales product en Review product
 - b. Strategische, knelpunt-, hefboom- en routineproducten
 - c. Geen-risico-, laag-risico-, neutraal-risico- en hoog-risico-producten
 - d. Investerings-, omzet, winst- en promotieproducten

- 14** Wat is de tweede fase uit de Productlifecycle?
1 pt.
- a. Verzadiging
 - b. Introductie
 - c. Volwassenheid
 - d. Groei
- 15** Bij welk model wordt een analyse uitgevoerd van de onderlinge concurrentie, de macht van toeleveranciers en afnemers en de dreiging van nieuwe toetreders of substituten in een markt?
1 pt.
- a. Het driecomponentenmodel
 - b. Het VOCATIO-model
 - c. Het corporate image model van Birkigt en Stadler
 - d. Het vijf-krachtenmodel van Porter
- 16** Uit welke drie onderdelen bestaat een winkelformule?
1 pt.
- a. Zelfbediening, distributie, prijsbeleid
 - b. Type assortiment, doelgroep, marktpositie
 - c. Doelgroep, uitstraling, prijsbeleid
 - d. Locatie, persoonlijke bediening, assortiment
- 17** Waartoe dient een buyinggrid?
1 pt.
- a. De fasen uit het inkoopproces en de vendorrating combineren
 - b. De fasen uit het inkoopproces en de koopsituatie combineren
 - c. De koopsituatie en de loyaliteit vaststellen
 - d. De koopsituatie en de winst in kaart brengen
- 18** Wat zijn de drie samenwerkingsvormen in de detailhandel?
1 pt.
- a. Detailhandel, groothandel en tussenpersoon
 - b. Vrijwillig filiaalbedrijf, inkoopcombinatie en franchising
 - c. VOF, BV en NV
 - d. De zelfstandige, het midden- en kleinbedrijf en de multinational

- 19** Hoe heet de distributiemethode die erop is gericht de benodigde producten van de benodigde kwaliteit en in de benodigde hoeveelheid precies op het moment dat ze nodig zijn bij de afnemer af te leveren?
1 pt.
- a. Straight rebuy
 - b. New task buy
 - c. DMU
 - d. Just in Time
- 20** Wat is de definitie van promotie?
1 pt.
- a. Promotie is zorgen voor een groei van het marktaandeel
 - b. Promotie is inspelen op klantbehoeften
 - c. Promotie is gericht op het verkrijgen, behouden en stimuleren van de afzet
 - d. Promotie is een tijdelijke prijsverlaging om de omzet te stimuleren

U heeft zojuist het **oefenmateriaal** van het NIMA Examen Basiskennis Sales afgesloten.

Wij wensen u veel succes met de voorbereiding op het NIMA Examen Basiskennis Sales.

Met vriendelijke groet,
NIMA

Welkom bij het **oefenmateriaal** van het NIMA Examen Basiskennis Sales.

Dit oefenmateriaal bestaat uit 20 meerkeuzevragen. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen. Dit oefenmateriaal geeft een beeld van de vraagstelling en geeft u de gelegenheid te oefenen met examenvragen.

Het **NIMA Examen Basiskennis Sales** bestaat uit 45 meerkeuzevragen. Het maximaal aantal te behalen punten voor dit examen is 45. Elk correct antwoord levert één punt op. Bij 25 punten of meer heeft u een voldoende behaald.

Veel succes!

Publicatie van deze opgaven mag alleen geschieden na schriftelijke toestemming van NIMA.

1 A B C D
1 pt.

2 A B C D
1 pt.

3 A B C D
1 pt.

4 A B C D
1 pt.

5 A B C D
1 pt.

6 A B C D
1 pt.

7 A B C D
1 pt.

8 A B C D
1 pt.

9 A B C D
1 pt.

10 A B C D
1 pt.

11 A B C D
1 pt.

12 A B C D
1 pt.

13 A B C D
1 pt.

14 A B C D
1 pt.

15 A B C D
1 pt.

16 A B C D
1 pt.

17 A B C D
1 pt.

18 A B C D
1 pt.

19 A B C D
1 pt.

20 A B C D
1 pt.

U heeft zojuist het **oefenmateriaal** van het NIMA Examen Basiskennis Sales afgesloten.

Wij wensen u veel succes met de voorbereiding op het NIMA Examen Basiskennis Sales.

Met vriendelijke groet,
NIMA

Correctiemodel

1. B

1 pt.

2. C

1 pt.

3. D

1 pt.

4. D

1 pt.

5. B

1 pt.

6. A

1 pt.

7. D

1 pt.

8. B

1 pt.

9. D

1 pt.

10. C

1 pt.

11. B

1 pt.

12. D

1 pt.

13. B

1 pt.

14. D

1 pt.

15. D

1 pt.

16. B

1 pt.

17. B

1 pt.

18. B

1 pt.

19. D

1 pt.

20. A

1 pt.