

Oefenmateriaal NIMA A1 Sales

Vakgebied: A A1 Sales

Welkom bij het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A1 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 **examen NIMA A1 Sales** bestaat uit 45 meerkeuzevragen.

Veel succes!

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

Aantal vragen: 16

1 Een fabrikant heeft in elke provincie een distributeur, die in de betreffende regio het
1 pt. alleenverkooprecht heeft.

Welke distributievorm is dit?

- a. Selectieve distributie
- b. Intensieve distributie
- c. Exclusieve distributie

2 Wat is een Decision Making Unit (DMU)?

1 pt.

- a. Een groep leden die over de inkoop beslist
- b. Een inkoper van een bedrijf
- c. Een groep inkopers van verschillende bedrijven
- d. Een inkoopcombinatie

3 Een waardepropositie omschrijft de voordelen van een product of dienst.

1 pt.

Deze voordelen betreffen:

- a. De instrumentele productaspecten
- b. Het totaal van alle productaspecten
- c. De emotionele productaspecten
- d. De expressieve productaspecten

4 Just-in-time (JIT) is een aanduiding voor een distributiemethode.

1 pt.

Waar is de JIT vooral op gericht?

- a. Doorlooptijden verkorten en voorraden reduceren
- b. Kwaliteit van de te leveren producten verbeteren
- c. Aantal transporten minimaliseren
- d. Communicatie tussen afnemer en leverancier verbeteren

- 5** Een in te kopen product heeft een laag leveranciersrisico en een hoog financieel impact.
1 pt. Wat voor een soort product is dit in het portfolio van Kraljic?
- a. routine product
 - b. strategisch product
 - c. hefboomproduct
 - d. knelpuntproduct
- 6** In welke verkoopfase maakt de klant zijn behoeften kenbaar en de verkoper zijn aanbod?
1 pt.
- a. De transformatiefase
 - b. De informatiefase
 - c. De voorbereidingsfase
 - d. De openingsfase
- 7** Wat is het kenmerkende verschil tussen een dienst en een product?
1 pt.
- a. Tastbaarheid
 - b. Tijdloos
 - c. Indirect contact
 - d. Directe communicatie
- 8** Een inkoper bestelt dagelijks op basis van de gerealiseerde verkopen, teneinde een minimale voorraad aan te houden.
1 pt. Welke inkoopterm is hierop van toepassing?
- a. Just in time
 - b. Vendorrating
 - c. New task buying
 - d. Ketenbeheersing

9 De tijd dat iedereen filterkoffie dronk is voorgoed voorbij. Na de Senseo koffiepads doen de Nespresso-cups het goed.

1 pt.

Van welke vorm van concurrentie is hier sprake?

- a. Merkconcurrentie
- b. Generieke concurrentie
- c. Productvormconcurrentie
- d. Ondernemingsconcurrentie

10 Wat wordt verstaan onder duale distributie?

1 pt.

- a. Levering via meerdere grossiers
- b. Levering via meerdere grootwinkelbedrijven
- c. Levering via meerdere distributiekkanalen
- d. Levering volgens selectieve distributie

11 In verkoopgesprekken kan een verkoper gebruik maken van een gesprekstechniek om het gesprek in goede banen te leiden.

1 pt.

Wat beoogt een verkoper met het gebruik maken van de KVVVB matrix?

- a. De verkoopargumenten af te stemmen op de behoeftes van de klant
- b. De klant centraal te stellen door een sellogram te gebruiken
- c. Het beslissingsproces van de klant in kaart te brengen
- d. De fasen van het verkoopgesprek overzichtelijk te maken

12 Winkelketen Huisraad heeft nieuwe displays nodig voor de winkels. De inkoper van de hoofdvestiging reageert op een actie van Displaydirect.

1 pt.

- Bij een bestelling vanaf 50 displays wordt een promotionele korting verleend van 5%;
- De betalingskorting voor betaling binnen 8 dagen is 2%;
- Een display met opdruk van het logo kost € 36,80 exclusief btw.

De inkoper bestelt 75 displays.

Wat is de totale korting als Huisraad binnen 8 dagen betaalt?

- a. € 138,00
- b. € 190,44
- c. € 193,20
- d. € 128,80

13 Welke inkoopstrategie kan het beste worden toegepast bij producten met een laag toeleveringsrisico en een lage invloed op de winst?

1 pt.

- a. een contract afsluiten met de leverancier en gaan zoeken naar alternatieven
- b. continu vergelijken van leveranciers en onderhandelingen voeren
- c. zorgen voor eenvoudig bestelproces bij zo min mogelijk leveranciers
- d. lange termijn relatie en een samenwerking met de leverancier opbouwen

14 Kwekerij Duizendschoon kweekt orchideeën en verkoopt deze voor € 1,97 per stuk. De jaarlijkse vaste kosten voor het kweken en verkopen van orchideeën zijn € 905.000,-. De variabele kosten per orchidee zijn € 0,18. Alle genoemde bedragen zijn exclusief omzetbelasting.

1 pt.

Wat is het break-even-point orchideeën voor kwekerij Duizendschoon?

- a. 50.558
- b. 420.93
- c. 459.391
- d. 505.587

15 Een groothandel in promotionele artikelen verkoopt counters en banners in allerlei afmetingen. De banners worden altijd bedrukt met het logo of ander beeldmateriaal van de klant. Het bedrijf investeert € 31.500 in een promotiecampagne om de afzet te stimuleren.

1 pt.

- De inkoopprijs van een banner is € 17,50;
- Bedrukken kost € 5 per banner;
- De verkoopprijs van een banner is € 36,50.

Wat is de break-even omzet?

- a. € 31.500
- b. € 82.125
- c. € 22.500
- d. € 65.700

Casus 1

Huismeester.nl

Hugo de Vries is eigenaar van het bedrijf Huismeester.nl. Hugo verhuurt zich als zelfstandig huismeester aan woningbouwverenigingen en verenigingen van eigenaren. Zijn werkzaamheden bestaan uit het toezien op orde en netheid van woningen en kantoorcomplexen en het uitvoeren van reparaties. De zaken gaan goed en Hugo wil uitbreiden. Hij gaat twee medewerkers aannemen en een bedrijfspand huren. Voor deze uitbreiding heeft Hugo een lening van de bank nodig. De bank vraagt aan Hugo een verkoopplan te maken voor de komende drie jaren. De indeling van het plan van Hugo is als volgt:

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 - Inleiding

Hoofdstuk 2 - Doelgroep

Hoofdstuk 3 - Concurrentieanalyse

Hoofdstuk 4 - Verkoopvolume en de opbrengst

Hoofdstuk 5 - Verkoopkosten

Hoofdstuk 6 - Verkoopresultaten

Hoofdstuk 7 - Leveringscondities

Hoofdstuk 8 - Samenvatting

Hugo heeft op het internet ook informatie gevonden over verschillende motivatietheorieën. Eén van deze motivatietheorieën maakt een indeling van de behoeften van mensen in vijf niveaus, waarbij het principe geldt dat een hogere behoefte pas vervuld kan worden als de lagere vervuld is. Hugo besluit deze motivatietheorie te verwerken in zijn verkoopplan.

De bank heeft Hugo gevraagd een concurrentieanalyse te maken. Easy-Tool is een bedrijf dat eerst uitsluitend goedkoop gereedschap verhuurde, maar nu ook personeel verhuurt voor het uitvoeren van reparaties. Volgens Hugo zijn particulieren de doelgroep van Easy-Tool, maar Hugo verwacht dat het bedrijf zich ook gaat richten op de doelgroep van Hugo en dan dezelfde diensten als Hugo zal aanbieden.

Hugo hanteert wisselende uurtarieven. Voor iedere klant stelt hij een aparte offerte samen. Omdat het aantal klanten groeit, heeft Hugo besloten met vaste tarieven te werken. Hugo's vaste kosten, zoals de huur van het pand en de vaste contracturen van zijn twee medewerkers, zijn op jaarbasis € 98.280,--, de variabele kosten zijn € 20.655,-- per jaar. Beide bedragen zijn exclusief btw. De normale bezetting van Hugo en zijn team is 3.780 uur op jaarbasis. Door het aantal nieuwe klanten verwacht Hugo volgend jaar 4.860 uur bezet te zijn. De winstmarge die Hugo op de kostprijs toepast is 50%.

Er is inmiddels een jaar voorbij; het is een goed jaar geweest voor Hugo. Hij heeft boven verwachting gepresteerd. In tegenstelling tot wat Hugo had geschat, heeft Huismeester.nl in totaal 5.000 productieve uren kunnen schrijven. Dit terwijl de kosten gelijk waren aan zijn berekeningen over het vorige jaar.

16

Gebruik bij deze vraag casus 1 op pagina 7

- 1 pt. **a.** Welke hoofdstukken zijn de essentiële onderdelen van het verkoopplan van Hugo?
- a. Hoofdstukken 2, 3 en 4
 - b. Hoofdstukken 3, 4 en 5
 - c. Hoofdstukken 4, 5 en 6
 - d. Hoofdstukken 5, 6 en 7
- 1 pt. **b.** Welke motivatietheorie verwerkt Hugo in zijn verkoopplan?
- a. Herzberg
 - b. McGregor
 - c. Maslow
 - d. Covey
- 1 pt. **c.** Op welk niveau concurreert Huismeester.nl met de nieuwe dienst van Easy-Tool?
- a. Ondernemingsconcurrentie
 - b. Behoeftconcurrentie
 - c. Generieke concurrentie
 - d. Productvormconcurrentie
- 1 pt. **d.** Wat wordt het nieuwe vaste uurtarief (*inclusief 21% btw*) van Hugo en zijn medewerkers?
- a. € 36,00
 - b. € 54,90
 - c. € 30,25
 - d. € 45,38
- 1 pt. **e.** Wat was de omzet (*exclusief btw*) van Huismeester.nl in het afgelopen jaar? Gaat u in uw berekening uit van een uurtarief van € 40,-, exclusief btw.
- a. € 112.059
 - b. € 238.000
 - c. € 133.333
 - d. € 200.000

U heeft zojuist het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A1 Sales afgesloten.

Wij wensen u veel succes met de voorbereiding op het examen NIMA A1 Sales.

Met vriendelijke groet,
NIMA

Welkom bij het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A1 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 **examen NIMA A1 Sales** bestaat uit 45 meerkeuzevragen.

Veel succes!

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

- 1** 1 pt. A B C
- 2** 1 pt. A B C D
- 3** 1 pt. A B C D
- 4** 1 pt. A B C D
- 5** 1 pt. A B C D
- 6** 1 pt. A B C D
- 7** 1 pt. A B C D
- 8** 1 pt. A B C D
- 9** 1 pt. A B C D
- 10** 1 pt. A B C D
- 11** 1 pt. A B C D
- 12** 1 pt. A B C D
- 13** 1 pt. A B C D
- 14** 1 pt. A B C D
- 15** 1 pt. A B C D
- 16** 5 pt. a. A B C D

- b.** A B C D
- c.** A B C D
- d.** A B C D
- e.** A B C D

U heeft zojuist het **oefenmateriaal** van het examen NIMA A1 Sales afgesloten.

Wij wensen u veel succes met de voorbereiding op het examen NIMA A1 Sales.

Met vriendelijke groet,
NIMA

Correctiemodel

1. C

1 pt.

2. A

1 pt.

3. B

1 pt.

4. A

1 pt.

5. C

1 pt.

6. B

1 pt.

7. A

1 pt.

8. A

1 pt.

9. C

1 pt.

10. C

1 pt.

11. A

1 pt.

12. B

1 pt.

13. C

1 pt.

14. D

1 pt.

15. B

1 pt.

16. a. 1 pt. C

5 pt.

b. 1 pt. C

c. 1 pt. A

d. 1 pt. B

e. 1 pt. D