

# Oefenmateriaal NIMA A1 Online Marketeer

Vakgebied: A A1 Online Marketing

---

## - OEFENMATERIAAL -

Welkom op het NIMA A1 Online Marketeer examen.

Dit examen bevat 45 meerkeuzevragen (35 losse meerkeuzevragen en 2 minicases met elk 5 meerkeuzevragen) en duurt 90 minuten.

U dient uit de vier of soms drie antwoordmogelijkheden het meest juiste antwoord te kiezen. Er is maar één antwoord juist.

Als u vragen heeft of afwijkingen in het examen ziet, raadplaag de surveillant.

Veel succes!

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

**Aantal vragen:** 37

- 1** 1 pt. Stel je neemt op een website deel aan een lezersonderzoek. Iedere keer dat je een vraag hebt beantwoord, verschijnt er een nieuw puzzelstukje in beeld. Als je alle vragen hebt doorlopen, kun je met de verdiende puzzelstukjes een inspirerende quote leggen. Welke techniek wordt hier toegepast?
- a. E-learning
  - b. Facilitated learning
  - c. Customer engagement
  - d. Gamification
- 2** 1 pt. Welke van de onderstaande antwoorden over crowdsourcing is juist?
- a. Bij de intrinsieke deelnameprikkel voor crowdsourcing is een in geld uit te drukken beloning van toepassing
  - b. Netwerken voor crowdsourcing kunnen alleen bestaan uit deskundigen en niet uit amateurs
  - c. Crowdsourcing betekent dat de organisatie activiteiten binnen het ontwerp-, ontwikkelings- of productieproces, die vroeger door eigen medewerkers zouden zijn uitgevoerd, nu door mensen van buiten laat doen
  - d. Bij crowdsourcing gaat een ondernemer niet naar de bank voor een lening, maar vraagt hij 'de crowd' om zijn onderneming te financieren
- 3** 1 pt. Kinderfietsenmerk Loekie vroeg aan studenten en young professionals om online met hen mee te denken over nieuwe fietsonderdelen die de veiligheid en gebruiksvriendelijkheid van hun kinderfietsen zouden verhogen. De actie leverde tientallen ideeën op.  
Waarvan is hier sprake?
- a. Productontwikkeling
  - b. Crowdfunding
  - c. Crowdsourcing
  - d. Mass collaboration
- 4** 1 pt. Wat is een voorbeeld van gedragsgegevens in klantendata binnen een online customer-relationship management-proces (CRM-proces)?
- a. Voorkeuren
  - b. IP-adres
  - c. Afgenomen producten
  - d. Interesses

- 5** Door de dalende omzet bij een online boekhandel moet er gesneden worden in de kosten. De marketingafdeling moet binnen de organisatie forse bezuinigingen doorvoeren. Hierdoor is het beschikbare marketingbudget niet meer toereikend om alle marketingmiddelen actief in te zetten. Welk marketingmiddel zal hoogstwaarschijnlijk beoordeeld worden op de laagste bijdrage in de overwegingsfase?
- 1 pt.
- a. De Facebook-pagina
  - b. Positionering op prijsvergelijkers
  - c. Google AdWords op productgerelateerde zoekwoorden
  - d. Remarketing-advertenties
- 6** Welke van de onderstaande antwoorden over QR-codes is juist?
- 1 pt.
- a. QR staat voor Quick Reaction
  - b. Het is een driedimensionale barcode
  - c. Deze codes worden door bedrijven vaak crossmediaal toegepast
  - d. Het voordeel is dat je deze codes niet hoeft te scannen
- 7** De website volkskrant.nl is de digitale krant van de Volkskrant, te lezen op PC, tablet en smartphone. Van wat voor een soort website is hier sprake?
- 1 pt.
- a. Een dienstverleningssite
  - b. Een inhoudsite
  - c. Een corporate site
  - d. Een communicatie site
- 8** Wat is een lookalike audience?
- 1 pt.
- a. Profielen die overeenkomen met de profielen uit een voorgeselecteerde groep
  - b. Een groep in Facebook die dezelfde interesses heeft als de advertentiegroep
  - c. Een groep mensen dat uit zichzelf berichten deelt over het bedrijf
  - d. Een groep dat dezelfde kenmerken heeft als je huidige klanten

- 9** Gebruikers die het meeste lijken op een custom/tailored audience noemt men:  
1 pt.
- a. Comparable audience
  - b. Special audience
  - c. Lookalike audience
  - d. Personalized audience
- 10** Wat wordt bij display advertising verstaan onder een expandable?  
1 pt.
- a. Een reclame-filmpje dat wordt vertoond op bijv. RTXL.nl
  - b. Een banner die de webpagina overneemt
  - c. Een banner die uitklapt als je met de muis over de uiting gaat
  - d. Een banner over de hele breedte van de webpagina
- 11** Wat is Rich-media?  
1 pt.
- a. Pakkende marketingcampagnes via meerdere kanalen
  - b. Nieuwe vormen en formaten van banners
  - c. Landingspagina dat gekoppeld is aan een advertentie
  - d. Extensies in advertenties
- 12** Skyscrapers, rectangles en Half-page Ads zijn voorbeelden van welk soort uitingen?  
1 pt.
- a. E-mailmarketing
  - b. Aftersales
  - c. Earned media
  - d. Display advertising
- 13** Er worden drie niveaus van social media onderscheiden: initiëren, participeren en luisteren. Onder welk niveau valt webcare?  
1 pt.
- a. Initiëren
  - b. Participeren
  - c. Luisteren
  - d. Initiëren, participeren en luisteren

- 14** Wat wordt bedoeld met het "Facebook newsfeed algoritme"?
- 1 pt.
- a. De formule die bepaalt aan wie welke content wordt getoond in de newsfeed
  - b. De formule die berekent hoeveel comments, likes en shares een post verzameld heeft, die verschenen is in de newsfeed
  - c. De formule die bepaalt welke content aan de regels van Facebook voldoet
  - d. De formule die bepaalt welke advertenties er in de newsfeed zichtbaar zijn
- 15** Een vrouwenblad wil via social media de engagement met het merk vergroten. Wat wordt hiermee bedoeld?
- 1 pt.
- a. Het merk zet advertenties in om het bereik te vergroten
  - b. Het merk maakt content die een lange levensduur op social media heeft
  - c. Het merk wil content maken die zoveel mogelijk reacties, likes, shares en retweets oproept
  - d. Het merk wil haar content onder zoveel mogelijk volgers verspreiden
- 16** Welke van onderstaande termen heeft **niet direct** iets met kosten te maken?
- 1 pt.
- a. CPA
  - b. CTR
  - c. ROAS
  - d. CPC
- 17** Een adverteerder kan de maximale **dag**budgetten aanpassen op:
- 1 pt.
- a. Advertentieniveau
  - b. Advertentiegroepniveau
  - c. Campagneniveau
  - d. Zoekwoordniveau

- 18** Wanneer je gebruikmaakt van het broad-match keyword 'oldtimer' en het negatieve zoekwoord 'tweedehands auto', kunnen je advertenties naar voren komen bij de volgende zoekopdrachten:  
1 pt.
- a. Tweedehands auto's
  - b. Oldtimers en tweedehands auto's
  - c. Oldtimers en nieuwe auto's
  - d. Tweedehands oldtimers
- 19** Het plaatsen van commerciële uitingen bij de resultaten die zoekmachines tonen na een zoekopdracht is een juiste beschrijving van het begrip:  
1 pt.
- a. Zoekmachinemarketing
  - b. Display advertising
  - c. Advertorials
  - d. Dynamische contextuele personalisatie
- 20** Wat is de aanbevolen manier om andere websites links te laten genereren naar een website, zodat de organische zoekresultaten in zoekmachines hiervan verbeteren?  
1 pt.
- a. Zoveel mogelijk links naar de betreffende website delen op de eigen social media kanalen
  - b. Unieke, relevante inhoud maken die op natuurlijke wijze populair kan worden in de internetcommunity
  - c. Via forums en internetcommunities links uitwisselen (link-ruil) met andere website-eigenaren
  - d. Website-eigenaren benaderen uit dezelfde sector en hen vragen of zij een link willen plaatsen op hun website naar de betreffende website, in ruil voor een product of dienst
- 21** Wat betekent het als er sprake is van een click-through rate van 2% bij een online advertentie?  
1 pt.
- a. Er zijn twee vertoningen geweest en daardoor hebben er honderd bezoeken plaatsgevonden
  - b. Er zijn, getriggerd door een zoekwoord, twee vertoningen geweest in de zoekmachineresultaten
  - c. Er is twee keer op een advertentie geklikt, ongeacht het aantal vertoningen
  - d. Van de honderd vertoningen hebben er twee bezoeken plaatsgevonden

- 22** Bij e-mailmarketing is sprake van permissieniveaus. Waarvan is sprake als er in het registratieproces vooraf checkboxes zijn aangevinkt?  
1 pt.
- a. Double opt-in
  - b. Single opt-in
  - c. Opt-out
  - d. Confirmed opt-in
- 23** Welke van de onderstaande stellingen is waar?  
1 pt.
- a. Je e-mailbericht moet minimaal een call-to-action bevatten. Met een call-to-action verleid je jouw relaties om je meteen te bellen en een deal te sluiten.
  - b. Als je verkeer naar je website wilt leiden, dan kun je het beste kiezen voor iets anders dan een call-to-action.
  - c. Voor mobiele gebruikers is het aan te raden om alle call-to-actions zo dicht mogelijk bij elkaar te plaatsen. Zo hou je optimaal rekening met de breedte van het scherm.
  - d. Het is aan te raden om minimaal één call-to-action boven de vouw van het e-mailbericht te plaatsen
- 24** In e-mailmarketing wordt er vaak gesproken over bounces. Wat houdt een bounce in?  
1 pt.
- a. Een e-mailbericht waarvan een impressie wordt genoteerd
  - b. Een ontvanger die meteen bij ontvangst van het e-mailadres op een van de links klikt
  - c. Een e-mailbericht dat bij een foutief opgegeven e-mailadres automatisch door de ontvangende mailserver wordt doorgestuurd naar het juiste e-mailadres
  - d. Een foutmelding die optreedt bij een verzending omdat een e-mailbericht niet bij de ontvanger aankomt
- 25** Welk proces voor landingspagina-optimalisatie is optimaal?  
1 pt.
- a. Hypothese opstellen, pagina ontwikkelen, verkeer genereren, feedback verzamelen, hypothese A/B-testen
  - b. Feedback verzamelen, hypothese opstellen, doelen bepalen, controlepagina ontwikkelen, hypothese A/B-testen
  - c. Hypothese opstellen, doelen bepalen, pagina ontwikkelen, hypothese A/B-testen
  - d. Doelen bepalen, controlepagina ontwikkelen, verkeer genereren, feedback verzamelen, hypothese opstellen, hypothese A/B-testen

- 26** 1 pt. Het inrichten van een websitefunnel is maatwerk, waarbij wordt gekeken naar kernsuccesfactoren, belangrijke processen en instrumenten en metingen. Dit proces vertaalt zich in aandachtsgebieden verdeeld over 6 B's. Wat zijn deze 6 B's?
- a. Beleven, boeien, beslissen, bestellen, betalen en binden
  - b. Bezoek, boeien, beslissen, bestellen, bezorgen en bezinnen
  - c. Benaderen, boeien, bestellen, betalen, bezorgen en beleven
  - d. Bezoek, boeien, beslissen, bestellen, betalen en binden
- 27** 1 pt. Contentmarketing wordt onder meer ingezet als instrument om de merkattitude van de doelgroep te beïnvloeden. Welke van onderstaande doelstellingen past hier het beste bij?
- a. Het genereren van bezoek, leads en sales
  - b. Het genereren van feedback
  - c. Het verstevigen van de 'branding' van het bedrijf
  - d. Het neerzetten van het bedrijf als expert
- 28** 1 pt. Welke groepen verkeersbronnen worden onderscheiden binnen webanalytics?
- a. Verkeer via SEO en via SEA
  - b. Direct verkeer, SEO, SEA en zoekmachines
  - c. Direct verkeer en verwijzend verkeer
  - d. Direct verkeer, verwijzend verkeer en zoekmachines
- 29** 1 pt. Welke van onderstaande KPI's indiceren het best de kwaliteit van de bezoekers?
- a. Bekeken pagina's, tijd op site en interacties
  - b. CTR, CPC en CPA
  - c. CPC, ROAS en CPA
  - d. Alle bovenstaande antwoorden zijn juist



- 30** Je hebt twee flash-knoppen op je website en je wilt weten op welke er vaker wordt geklikt. Hoe kom je daar achter?  
1 pt.
- a. Pageview tracking
  - b. Hit tracking
  - c. Event tracking
  - d. Visitor/bezoeker tracking
- 31** Welke verkeersbronnen hebben **altijd** een extra code nodig om herkend te worden in het analytics pakket?  
1 pt.
- a. E-mail marketing, Affiliates, Retargeting, Banner campagnes, Facebook advertenties
  - b. E-mail marketing, Affiliates, Banner campagnes, Organisch zoekverkeer
  - c. E-mail marketing, Direct verkeer, Banner campagnes, Facebook advertenties
  - d. E-mail marketing, Affiliates, Retargeting, Banner campagnes, Organisch zoekverkeer
- 32** Voor een Facebook-campagne van je organisatie is het doel om de customer engagement te verbeteren. Met welke metric kun je dit doel evalueren?  
1 pt.
- a. Gemiddelde bouncerate per post
  - b. Gemiddeld aantal comments per post
  - c. Gemiddelde conversieratio per post
  - d. Gemiddeld aantal impressies per post
- 33** Wat is een persona?  
1 pt.
- a. Een van de segmenten dat het bedrijf target
  - b. Een groep klanten waaruit de meeste omzet wordt gegenereerd
  - c. Een zeer gedetailleerde omschrijving van een gebruiker
  - d. Geen van de bovenstaande antwoorden is juist

**34** HalloFotograaf.nl is een vergelijkingsplatform dat geen third-party cookies toestaat en alleen gebruik maakt van first-party cookies. Wat betekent dit?  
1 pt.

- a. HalloFotograaf maakt gebruik van first-party cookies om ervoor te zorgen dat relevante advertenties getoond worden bij bezoek aan de eigen website
- b. HalloFotograaf maakt gebruik van first-party cookies om ervoor te zorgen dat affiliates gemakkelijk content op de website kunnen plaatsen
- c. HalloFotograaf maakt geen gebruik van third-party cookies om ervoor te zorgen dat de website technisch correct blijft werken
- d. HalloFotograaf maakt geen gebruik van cookies die voor adverteerders beschikbaar wordt gesteld

**35** De nieuwe koelkasten van SMEG die zijn volledig aangepast aan IoT (Internet of Things), waarbij het real-time mogelijk is om accurate informatie te versturen (bijvoorbeeld je kaas is op) aan de leverancier van producten die jij graag geleverd zou willen hebben. Hoe wordt de data genoemd dat verstuurd wordt?  
1 pt.

- a. Big Data
- b. 3rd party data
- c. Datafeed
- d. Datamining

## Casus 1

---

### Nieuw marketingcommunicatieplan voor The Dutch Dream

Het Nederlandse bedrijf The Dutch Dream ontwikkelt HR-applicaties voor bedrijven in de bouw. Het bedrijf is innovatief en organiseert ieder jaar een wedstrijd waarin IT-studenten applicaties mogen ontwikkelen met de software van The Dutch Dream. De winnaars mogen de applicatie daadwerkelijk realiseren.

Het bedrijf is actief in een dynamisch speelveld, waarin het is gelukt de afgelopen jaren sterke groei te realiseren. Ook is er opnieuw gekeken naar de doelgroepen van het bedrijf. De plannen die het bedrijf heeft op het gebied van onder meer sales en marketingcommunicatie voldoen volgens de directie niet meer, hiervoor moeten nieuwe plannen worden ontwikkeld.

Het schrijven van het marketingcommunicatieplan wordt door de directie neergelegd bij een speciaal daarvoor opgezet projectteam, met daarin onder meer de marketingmanager, de communicatiemanager en de financieel manager van het bedrijf. De leden van het projectteam verdelen onderling de taken en gaan hard aan de slag.

In het plan komt de ontwikkeling van marketing, merken en media aan bod. Hierbij worden twee speerpunten vastgesteld: online advertising en er voor zorgen dat klanten over het merk gaan schrijven. Over vijf jaar wil het bedrijf dat de afnemer van de dienst mede bepaalt wat het merk is, waarbij de marketingafdeling observeert hoe de afnemer het merk beleeft en de afnemer hierin ondersteunt.

De communicatiemanager heeft voor het schrijven van het plan nog eens grondig gekeken naar de huidige websites van het bedrijf. Er zijn momenteel twee websites actief: een website die naast informatie een rol speelt in het productieproces van de organisatie en een website die de bezoekers informatie geeft over actualiteiten en die voor specifieke doelgroepen of in een specifieke situatie interessant is. Op de nieuwe website wil het team in ieder geval gamification gaan toepassen.

Het projectteam rondt het plan af en legt het ter goedkeuring aan de directie voor.

- 1 pt. **a.** Wat is de naam van de werkwijze die The Dutch Dream hanteert met de jaarlijkse ontwerpwedstrijden voor applicaties?
- a.** Crowdfunding
  - b.** Lead-user-concept
  - c.** Crowdsourcing
  - d.** Mass collaboration
- 1 pt. **b.** Waarvan is sprake bij de genoemde speerpunten voor de ontwikkeling van marketing, merken en media?
- a.** Van uitsluitend earned media
  - b.** Van owned media en earned media
  - c.** Van bought/paid media en owned media
  - d.** Van bought/paid media en earned media
- 1 pt. **c.** Van welke soort huidige, actieve, websites is sprake bij The Dutch Dream?
- a.** Een verkoopsite en een dienstverleningssite
  - b.** Een dienstverleningssite en een publicatiesite
  - c.** Een branding site en een publicatiesite
  - d.** Een verkoopsite en een lead generation site
- 1 pt. **d.** Wat is een goed voorbeeld voor de invulling van de nieuwe website voor hetgeen wat The Dutch Dream daar wil toepassen?
- a.** Op de website zorgen voor een weblog over gaming
  - b.** Op de website zorgen voor het toepassen van spelmechanieken binnen een game-context
  - c.** Zorgen dat het doel van de website puur entertainment wordt
  - d.** Op de website zorgen voor bijvoorbeeld een forum waarbij leaderboards worden toegepast

- 1 pt. **e.** Waarvan is sprake bij de beschreven merkdoelstelling voor over vijf jaar?
- a.** Geen push en geen pull
  - b.** Push
  - c.** Pull
  - d.** Zowel push als pull

## Casus 2

---

### Hostel in Bangkok

Garoeda is een klein hostel ten oosten van Bangkok dat in 1996 werd opgericht door eigenaresse Wannasiri Srivarathanabul. Garoeda heeft een capaciteit van 40 bedden in diverse slaapzalen en privé-kamers. Wannasiri, zelf 67 jaar oud, richt zich voornamelijk op 50+'ers.

Wannasiri laat zich eens per kwartaal adviseren door een online marketingspecialist uit Bangkok. Dit advies heeft onder meer geresulteerd in een nieuwe website waar gasten via een online reserveringssysteem kunnen boeken, pagina's met een duidelijke call-to-action en een efficiënter boekingsproces waarin klanten zo min mogelijk stappen doorlopen. Daarnaast is de website SEO geoptimaliseerd voor zoekopdrachten bestaande uit drie of meer zoekwoorden. De website heeft veel pagina's, vaak met artikelen geschreven over hele specifieke onderwerpen. De zoekwoorden hebben een relatief laag zoekvolume en lage concurrentie.

De content wordt in aangepaste vorm ook gedistribueerd op sociale media. Sinds Wannasiri weet dat social media een van haar belangrijkste verkeersbronnen is, is ze zelf ook actief op social media. Zo heeft ze diverse Facebookpagina's opgezet waarop ze informatie deelt en vragen beantwoordt over reizen in de omgeving van Bangkok. Ook zoekt Wannasiri op social media veelvuldig samenwerking met verschillende luchtvaartmaatschappijen die vliegen vanaf de Internationale Luchthaven Suvarnabhumi. Regelmatig biedt ze een gratis overnachting aan via de social kanalen van de maatschappijen, die op hun beurt klanten 'op leeftijd' die vroeg vertrekken vanaf het vliegveld of er laat pas aankomen adviseren om te verblijven in Garoeda. Dit omdat de ligging en faciliteiten van het hostel veel voordelen biedt.

Aan de website van Garoeda zijn sociale elementen toegevoegd. In een online gastenboek kunnen gasten een recensie achterlaten over hun verblijf. Veel gasten schrijven een korte tekst, maar sommige plaatsen ook foto's, videobeelden en geluidsopnamen. Het digitale gastenboek is een van de meest bezochte onderdelen van de website en omdat alle content deelbaar is, zorgt het voor veel verkeer vanuit social mediakanalen.

Sinds Augustus 2019 is ook adverteren in zoekmachines onderdeel van de online marketingstrategie voor Garoeda. Wannasiri heeft vooralsnog één campagne opgezet met twee advertentiegroepen met daarin per groep drie advertenties.

De eerste groep is gericht op bezoekers die op zoek zijn naar een hostel dichtbij het vliegveld. In totaal verkrijgt de campagne in september 5500 impressies, en 416 kliks. Een klik kost € 0,20 gemiddeld. Zo heeft het hotel via de Google advertenties in september 17 boekingen verkregen. Het totaal aantal boekingen die maand was 52. De gemiddelde opbrengst van een boeking is €18,-.

- 1 pt. **a.** Op welk niveau zet Wannasiri social media in?
- a. Participeren
  - b. Initiëren
  - c. Luisteren
  - d. Adverteren
- 1 pt. **b.** Wannasiri heeft een aantal verbeteringen (nieuw reserveringssysteem, calls-to-action, versimpeld boekingsproces) doorgevoerd om de gebruiksvriendelijkheid en het rendement van haar website te verbeteren. Welke online marketingdiscipline is hier van toepassing?
- a. Zoekmachineoptimalisatie
  - b. E-commerce marketing
  - c. Contentoptimalisatie
  - d. Conversieoptimalisatie
- 1 pt. **c.** Van welk soort cocreatie is het online gastenboek van Garoeda een voorbeeld?
- a. Joint promotion
  - b. Mass customization
  - c. Open source
  - d. User generated content
- 1 pt. **d.** Wat is de Return on Ad Spend voor de maand september? (uitkomst is een verhoudingsgetal)
- a. 9,50
  - b. 18
  - c. 8,32
  - d. 10,25
- 1 pt. **e.** Op welk type zoekwoorden richt Wannasiri zich met SEO?
- a. Uitsluitingszoekwoorden
  - b. Longtail zoekwoorden
  - c. Brede zoekwoorden
  - d. Shorttail zoekwoorden

**- OEFENMATERIAAL -**

De examenmodule NIMA A1 Online Marketeer heeft u afgesloten.

De uitslag volgt per e-mail, nadat de correctieprocedure is afgerond. Dit proces kan tot 7 weken in beslag nemen. Meer informatie hierover vindt u op onze website [www.nima.nl](http://www.nima.nl).

Vergeet bij het verlaten van de zaal uw spullen niet. Wij wensen u een goede terugreis!

Met vriendelijke groet,

NIMA



**- OEFENMATERIAAL -**

Welkom op het NIMA A1 Online Marketeer examen.

Dit examen bevat 45 meerkeuzevragen (35 losse meerkeuzevragen en 2 minicases met elk 5 meerkeuzevragen) en duurt 90 minuten.

U dient uit de vier of soms drie antwoordmogelijkheden het meest juiste antwoord te kiezen. Er is maar één antwoord juist.

Als u vragen heeft of afwijkingen in het examen ziet, raadplaag de surveillant.

Veel succes!

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

- 1** 1 pt.  A  B  C  D
- 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** 1 pt.  A  B  C  D
- 17** 1 pt.  A  B  C  D
- 18** 1 pt.  A  B  C  D
- 19** 1 pt.  A  B  C  D
- 20** 1 pt.  A  B  C  D
- 21** 1 pt.  A  B  C  D
- 22** 1 pt.  A  B  C  D
- 23** 1 pt.  A  B  C  D
- 24** 1 pt.  A  B  C  D
- 25** 1 pt.  A  B  C  D
- 26** 1 pt.  A  B  C  D
- 27** 1 pt.  A  B  C  D
- 28** 1 pt.  A  B  C  D

- 29**  
1 pt.    A    B    C    D
- 30**  
1 pt.    A    B    C    D
- 31**  
1 pt.    A    B    C    D
- 32**  
1 pt.    A    B    C    D
- 33**  
1 pt.    A    B    C    D
- 34**  
1 pt.    A    B    C    D
- 35**  
1 pt.    A    B    C    D
- 36**  
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
- 37**  
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

**- OEFENMATERIAAL -**

De examenmodule NIMA A1 Online Marketeer heeft u afgesloten.

De uitslag volgt per e-mail, nadat de correctieprocedure is afgerond. Dit proces kan tot 7 weken in beslag nemen. Meer informatie hierover vindt u op onze website [www.nima.nl](http://www.nima.nl).

Vergeet bij het verlaten van de zaal uw spullen niet. Wij wensen u een goede terugreis!

Met vriendelijke groet,

NIMA

## Correctiemodel

---

**1.** D

1 pt.

**2.** C

1 pt.

**3.** C

1 pt.

**4.** C

1 pt.

**5.** A

1 pt.

**6.** C

1 pt.

**7.** A

1 pt.

**8.** A

1 pt.

**9.** C

1 pt.

**10.** C

1 pt.

**11.** B

1 pt.

**12.** D

1 pt.

**13.** B

1 pt.

**14.** A

1 pt.

**15.** C

1 pt.

**16.** B

1 pt.

**17.** C

1 pt.

**18.** C

1 pt.

**19.** A

1 pt.

**20.** B

1 pt.

**21.** D

1 pt.

**22.** C

1 pt.

**23.** D

1 pt.

**24.** D

1 pt.

**25.** D

1 pt.

**26.** D

1 pt.

**27.** C

1 pt.

**28.** D

1 pt.

**29.** A

1 pt.

**30.** C

1 pt.

**31.** A

1 pt.

**32.** B

1 pt.

**33.** C

1 pt.

**34.** D

1 pt.

**35.** A

1 pt.

- 36.** a. 1 pt. C  
5 pt.  
b. 1 pt. D  
c. 1 pt. B  
d. 1 pt. D  
e. 1 pt. C

- 37.** a. 1 pt. B  
5 pt.  
b. 1 pt. D  
c. 1 pt. D  
d. 1 pt. D  
e. 1 pt. B