

Oefenmateriaal NIMA A1 Sales

Vakgebied: A A1 Sales

- OEFENMATERIAAL -

Welkom op het NIMA A1 Sales 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** U bent op zoek naar een nieuwe laptop en bent de mogelijkheden in de markt aan het verkennen. U twijfelt of u een laptop van Hewlett Packard of Dell aan zult schaffen. Van welk concurrentieniveau is hier sprake?
- 1 pt.
- a. Productvormconcurrentie
 - b. Generieke concurrentie
 - c. Merkenconcurrentie
 - d. Behoefteconcurrentie
- 2** Pieter is in gesprek met een bestaande klant. Deze klant heeft eerder wijn afgenomen bij Pieter. “Pieter, de vorige keer dat ik bij jou kocht, kon de helft van het aantal flessen zo door de gootsteen. De smaak van de wijn was niet goed.” Pieter weerlegt deze weerstand met het volgende argument: “Ik weet dat de producent enige problemen heeft gehad, maar deze zijn nu gelukkig verholpen.” Welke van de onderstaande tegenspraaktechnieken gebruikt Pieter in bovenstaand voorbeeld?
- 1 pt.
- a. Transformatietechniek
 - b. Boemerangtechniek
 - c. Voorwaardelijke instemming
 - d. Verzachtende tegenspraaktechniek
- 3** Welk van onderstaande voorbeelden is een onderzoeksvraag voor een distributieonderzoek?
- 1 pt.
- a. Welk soort frisdrank koopt een consument?
 - b. Bij welke supermarkten doet de consument boodschappen?
 - c. Hoeveel verkooppunten verkopen merk X?
 - d. Hoe tevreden zijn klanten over de service van bedrijf Y?
- 4** Een verkoopcyclus wordt meestal ingedeeld op basis van de activiteiten van de verkoper. Op basis van welke variabele kan een alternatieve indeling worden gemaakt van de verkoopcyclus?
- 1 pt.
- a. De wensen en behoeften van de afnemer
 - b. De relatiesterkte tussen koper en verkoper
 - c. De argumenten die worden aangevoerd door koper en verkoper
 - d. De koopfasen die worden doorlopen

- 5** De waardepropositie beschrijft de voordelen van een product of dienst voor:
1 pt.
- a. De (potentiële) klanten
 - b. De bestaande klanten
 - c. Uitsluitend prospects
 - d. Uitsluitend suspects
- 6** Er zijn verschillende mogelijkheden om een gesprek af te ronden. U kunt hierbij onder andere gebruik maken van een directe of indirecte afrondingsvraag. Welke van de onderstaande vragen is een voorbeeld van een indirecte afrondingsvraag?
1 pt.
- a. Zal ik dat voor u in orde maken?
 - b. Mag ik dat voor u bestellen?
 - c. Op welk adres wilt u de producten geleverd hebben?
 - d. Dat maak ik voor u in orde. Dus 5.000 stuks?
- 7** Pieter heeft een wijnwinkel in het centrum van Amsterdam. Deze maand heeft hij 1.000 flessen wijn ingekocht. Omdat hij de wijn inzet voor een eenmalige actie hanteert Pieter de methode van target pricing. De gebruikelijke winstopslag die Pieter hanteert is 40%. Ten behoeve van deze actie wenst Pieter een rendement te behalen van € 3.000,-. Hij gaat er vanuit dat hij alle wijn zal verkopen. De vaste kosten per fles bedragen € 3,50. De variabele kosten calculeert Pieter in totaal op € 500,-. Wat wordt de verkoopprijs van een fles wijn inclusief 21% BTW?
1 pt.
- a. € 6,30
 - b. € 5,65
 - c. € 8,50
 - d. € 10,40
- 8** Een keten heeft winkels in alle grote en kleinere steden in Nederland en België.
1 pt. Welke distributievorm is dit?
- a. Selectieve distributie
 - b. Intensieve distributie
 - c. Exclusieve distributie

9 Wat is de rol van de verkoper bij klachtenbehandeling in de industriële sector?

1 pt.

Wat is het goede antwoord?

- a. De verkoper fungeert als een soort buffer tussen zijn eigen bedrijf en de klant
- b. De taak van de verkoper in deze is om zoveel mogelijk producten en diensten aan de klant te verkopen
- c. De verkoper dient de klacht en het contact hierover met de klant over te dragen aan zijn leidinggevende, zodat deze naar een passende oplossing kan zoeken
- d. De verkoper hoeft niets te doen, de afdeling die de klacht veroorzaakt heeft neemt contact op met de klant

10 Een meisje van 8 wil een konijn. Pa ziet dat niet zitten. Hij beargumenteert dat door te zeggen dat zijn dochter niet goed voor het konijn kan zorgen omdat ze haar kamer ook nooit opruimt. Zijn dochter is het er niet mee eens en antwoordt dat haar vriendinnetje ook een konijn heeft en daar goed voor zorgt. Ze voegt daar nog aan toe dat de moeder van haar vriendinnetje ook altijd moppert dat die haar kamer niet opruimt.

1 pt.

Welke tegenspraaktechniek gebruik het meisje?

- a. De urgentietechniek
- b. De boemerangtechniek
- c. De derde persoonstechniek
- d. De overtuigingstechniek

11 Een fabrikant van printers heeft een kleurenprinter in zijn assortiment. De variabele kosten voor het vervaardigen van een deze printer zijn € 100,-. Het management heeft minimale contributiemarge op 37% van de verkoopprijs vastgesteld.

1 pt.

Welke verkoopprijs moet minimaal worden gevraagd deze printer?

- a. € 158,73
- b. € 182,21
- c. € 216,79
- d. € 270,27

- 12** Hoe wordt een aangeleerde, relatief duurzame houding genoemd die iemand inneemt ten opzichte van personen, activiteiten, producten of organisaties?
1 pt.
- a. Een perceptie
 - b. Een mening
 - c. Een attitude
 - d. Een motivatie
- 13** Een modemerken heeft alleen in de grote en bekende winkelstraten in Nederland een verkooppunt.
1 pt. Welke distributievorm is dit?
- a. Selectieve distributie
 - b. Intensieve distributie
 - c. Exclusieve distributie
- 14** Een verkoper kan verschillende middelen gebruiken ter ondersteuning van het verkoopproces.
1 pt. Waarbij kan de buygrid u als verkoper ondersteunen?
- a. Door middel van de buygrid kunt u verduidelijken hoe de Decision Making Unit binnen een bedrijf er uitziet
 - b. Door middel van de buygrid wordt duidelijk waarop inkopers hun leveranciers beoordelen
 - c. Door middel van de buygrid kunt u verduidelijken in welke fase een inkoopproces zich bevindt
 - d. Door middel van de buygrid kunt u een selectie maken van bedrijven die uw product willen kopen
- 15** Binnen de Decision Making Unit (DMU) zijn verschillende rollen te onderscheiden. Hoe noemen we de rol van degene die onderhandelt met de leverancier over prijzen en voorwaarden?
1 pt.
- a. Beslisser
 - b. Gebruiker
 - c. Betaler
 - d. Koper

16 Sommige fabrikanten houden bij hun marktwerking rekening met zowel de distributeur als de consument.
1 pt.

Waarvan is hier sprake?

- a. Duale distributie
- b. Multikanaaldistributie
- c. Tweedoelgroepenbenadering

17 Wat wordt bedoeld met een pull-strategie binnen het distributiekanaal?

1 pt.

- a. Een fabrikant richt zijn promotieactiviteiten op de eindafnemer.
- b. Een fabrikant geeft kortingen aan de distributeurs om de afzet te stimuleren.
- c. Een fabrikant maakt voor zijn promotie onderscheid tussen doelgroepen.

18 Een marketingplan bestaat uit meerdere onderdelen.

1 pt.

Welke van onderstaande stellingen is juist?

- a. Het vaststellen van het operationeel plan is het laatste onderdeel.
- b. Het uitvoeren van de SWOT-analyse volgt op de situatieanalyse.
- c. Het vaststellen van de uitgangspositie volgt op de situatieanalyse.
- d. De doelstellingen worden bepaald op basis van de kansen en bedreigingen.

19 Emiel werkt voor een duur en exclusief automerk. Zijn klantenkring bestaat voornamelijk uit personen die een auto kopen waarmee zij een bepaalde status denken te verwerven. Emiel is een slimme verkoper en relateert de wensen van zijn klanten aan de motivatietheorie van Maslow.

1 pt.

Het niveau van de theorie van Maslow waar Emiel zijn verkoopinspanningen op baseert, is

- a. Zekerheid
- b. Sociale acceptatie
- c. Waardering
- d. Zelfactualisatie

20 Wat wordt verstaan onder een attitude?

1 pt.

- a. Het zichzelf omringen met symbolen die kracht en succes uitstralen
- b. Het generaliseren van het beeld dat iemand van een bedrijf, product of productsoort heeft
- c. Het naar voren trekken van een oordeel over een bedrijf, product of productsoort, waardoor een vooroordeel ontstaat
- d. Een relatief stabiele houding die een klant kan innemen ten opzichte van een verkoper, zijn bedrijf, het product of de productsoort

21 Welke van de onderstaande uitspraken met betrekking tot client rating is juist?

1 pt.

- a. Client rating dient te leiden tot het routinematig en periodiek bezoeken van de klanten.
- b. Door middel van client rating wordt de bezoekwaardigheid van potentiële klanten bepaald.
- c. Client rating is het rangschikken van klanten door deze te beoordelen op specifieke criteria.
- d. Door middel van client rating worden de verkoopactiviteiten afgestemd op potentiële klanten.

22 Wat wordt bedoeld met een push-strategie binnen het distributiekanaal?

1 pt.

- a. Een fabrikant richt zijn promotieactiviteiten op de eindafnemer.
- b. Een fabrikant geeft kortingen aan de distributeurs om de afzet te stimuleren.
- c. Een fabrikant bewerkt elke doelgroep met een daarop afgestemde marktstrategie.

23 Een accountmanager spreekt met een klant af dat hij € 5.000,- retour krijgt als hij komend jaar zijn inkoopdoelstelling realiseert.

1 pt.

Wat voor soort korting wordt hier afgesproken?

- a. Factuurkorting
- b. Betalingskorting
- c. Staffelkorting
- d. Bonuskorting

24 Inkopers hanteren verschillende selectiecriteria waarmee ze bepalen met welke leverancier ze een overeenkomst aangaan.
1 pt.

Welk hulpmiddel gebruiken inkopers wanneer ze de belangrijkste inkoopcriteria in een tabel tegenover elkaar zetten?

- a. De buygrid
- b. De Attitude Overtuiging Driehoek (AOD)
- c. Vendorrating
- d. Het sellogram

25 Er zijn verschillende inkoopvormen te onderscheiden. Een ervan is als volgt te omschrijven: de inkoop van producten die er op is gericht over de benodigde producten van de juiste kwaliteit te beschikken op het moment dat ze nodig zijn.
1 pt.

Hoe heet deze inkoopvorm?

- a. Just in time inkoop
- b. Risico inkoop
- c. Operationele inkoop
- d. Strategische inkoop

26 Welke fasen kent de relatielevenscyclus?
1 pt.

- a. Acquisitiefase, aftastfase, groeifase, verzadigingsfase, neergangsfase
- b. Question mark, star, cash cow, dog
- c. Introductiefase, groeifase, volwassenheidsfase, eindfase
- d. Klantbewerking, klantenbinding, klantloyaliteit

27 Harry verkoopt bedrijfskleding. Vandaag heeft hij een gesprek met één van zijn klanten. Hij sluit zijn gesprek af door te zeggen: "Als u deze week nog voor € 1.000,- kleding koopt, ontvangt u 15% korting."
1 pt.

Welke van de onderstaande afsluittechnieken gebruikt Harry in bovenstaand voorbeeld?

- a. Veronderstellende vraag
- b. Activeringstechniek
- c. Urgentietechniek
- d. Directe afsluitvraag

- 28** Een bedrijf wil een sterke binding met zijn klanten opbouwen.
1 pt. Welk marketingcommunicatie-instrument kan hiervoor het beste worden ingezet?
- a. Public relations
 - b. Sponsoring
 - c. Persoonlijke verkoop
 - d. Direct marketing
- 29** Op basis van welke componenten kan een winkelformule worden geïdentificeerd?
1 pt.
- a. Doelgroep, positionering, type assortiment
 - b. Personeel, producten, type assortiment
 - c. Diensten, prijs, schapindelingen
 - d. Prijs, positionering, plaats
- 30** Joep heeft een nieuwe laptop gekocht, die niet volgens afspraak is geleverd. Hij wil een klacht indienen. Ondanks al zijn inspanningen kan hij echter geen e-mailadres of online klachtenformulier vinden op de website. Hij besluit daarom geen klacht in te dienen.
1 pt. Welke drempel wordt hier door de leverancier in de klachtenafhandeling van Joep
- a. Communicatiedrempels
 - b. Actiedrempels
 - c. Entreedrempels
 - d. Publieke drempels
- 31** Een fabrikant van interne transportmiddelen van het merk Transit voert een onderzoek uit onder detaillisten. De onderzoeksvraag luidt: 'Onder welke voorwaarden wil de detaillist het merk Transit opnemen in het assortiment?'
1 pt. Van welk type marktonderzoek is dit een voorbeeld?
- a. Consumentenonderzoek
 - b. Distributieonderzoek
 - c. Haalbaarheidsonderzoek
 - d. Merkonderzoek

- 32** Wat is de rol van de beïnvloeder binnen de Decision Making Unit (DMU)?
1 pt.
- a. Het plaatsen van zijn of haar handtekening onder de order
 - b. Het beheersen van de informatiestromen naar andere leden van de DMU
 - c. Het onderhandelen met de leveranciers over de prijzen en voorwaarden
 - d. Het gevraagd en ongevraagd adviseren over producten en leveranciers
- 33** Een leverancier belevt een afnemer dagelijks op basis van gerealiseerde verkopen door de afnemer.
1 pt.
- Welke inkoopterm is hier van toepassing?
- a. Tactische inkoop
 - b. Just in Time
 - c. Ketenbeheersing
 - d. Vendorrating
- 34** Hoe wordt het aantal productvarianten of merken binnen de productgroepen van een assortiment genoemd?
1 pt.
- a. assortimentshoogte
 - b. assortimentsdiepte
 - c. assortimentsbreedte
 - d. assortimentsconsistentie
- 35** U bent in gesprek met een mogelijke klant. In het gesprek heeft u alle fasen doorlopen en duidelijkheid gekregen over de wensen en de eisen van de klant. De klant zendt duidelijke koopsignalen uit. Het is aan u om het af te ronden. Hiervoor bestaan verschillende mogelijkheden. U stelt voor om het contract aanstaande donderdag te ondertekenen en daarna wat te gaan eten.
1 pt.
- Welke afrondingstechniek hanteert u hier?
- a. Afronden met een alternatieve vraag
 - b. Afronden met een assumptievraag
 - c. Afronden met een plus en min-balans
 - d. Afronden met een reflecterende vraag

Casus 1

Transportbedrijf Verkerk

De transportsector heeft het moeilijk. De hoeveelheden te vervoeren producten nemen af waardoor de marges onder druk zijn komen te staan. Dit merkt ook Transportbedrijf Verkerk. Deze grote vervoerder met haar hoofdkantoor in het noorden van het land moet actie ondernemen om rendabel te blijven. Transportbedrijf Verkerk heeft vestigingen in heel Europa. Ze biedt standaard transportdiensten aan, koeriersdiensten en opslag. Vorig jaar heeft een grote reorganisatie bij Verkerk plaatsgevonden.

Tot vorig jaar werd het bedrijf aangestuurd door de heer Arie Verkerk senior. Hij was de enige bestuurder. De heer Verkerk bepaalde het beleid. De acties die hieruit voortkwamen werden verstrekt aan de lagere echelons van de organisatie. Sinds de pensionering van de heer Verkerk senior in 2011 is de structuur van de organisatie veranderd. De verantwoordelijkheden over het bedrijf liggen nu bij de directie die bestaat uit zijn twee zonen. Zij vormen met de Operationeel Manager, de Commercieel Manager en de Manager Personeel & Organisatie tevens het managementteam. De leden van dit managementteam hebben ieder hun eigen specialisme. Zij sturen de overige medewerkers aan op het terrein van hun specialisme. Tot nu toe werkt de nieuwe structuur naar ieders grote tevredenheid.

Bianca Oosterloo, de Commercieel Manager, ziet in dat het bedrijf beter met haar klanten moet meedenken. Daarom besluit zij het distributiekanaal waarin haar klanten actief zijn eens onder de loep te nemen. Op dit moment verzorgt Transportbedrijf Verkerk uitsluitend transporten rechtstreeks vanuit fabrieken naar de afnemer. Dit betekent één logistieke stroom. Als Transportbedrijf Verkerk klanten weet te acquireren die via een detaillist leveren, kan het bedrijf wellicht meerdere logistieke stromen voor haar rekening nemen. Namelijk vanuit de fabriek naar de detaillist en vervolgens van de detaillist naar de afnemer. Zo gezegd, zo gedaan. Transportbedrijf Verkerk ziet een nieuw klantenpotentieel.

In het wekelijkse overleg van het management worden de verkoopmethoden besproken. Arie Verkerk junior geeft aan: "Ik ben van mening dat we de actiegerichte verkoopmethode moeten hanteren. Deze methode is gericht op het behalen van resultaten op korte termijn, waarbij we dan speciale acties ondernemen om omzetverhoging te realiseren." Bianca wil een andere methode toepassen: "Ik kies voor de probleemoplossende methode. Bij deze methode staan de behoefte van de prospect centraal. We moeten inzicht krijgen in de behoeften van de klant, ook al zijn die nog niet altijd bij hun bekend".

"Welke methode we ook kiezen, we geven nieuwe klanten korting. Met als doel ze over de streep te trekken" zegt Arie. "En Bianca," vervolgt hij, "jij hebt laatst die distributiekanaalen uitgeplozen. Juist nieuwe klanten die actief zijn in dat ene distributiekanaal krijgen deze korting.

Wat vind je daarvan?"

Bianca vindt het best een aardig idee. Echter, de marges zijn al klein. Ze moeten wel rekening houden met hun break-evenpoint. Bianca besluit deze maar eens te gaan berekenen. In 2011 bedroegen de vaste kosten van Verkerk 4,9 miljoen euro. Voor 2012 verwacht zij dat deze kosten 4,6 miljoen euro bedragen. De verkoopprijs per kilometer is eind 2011 met € 0,20 verhoogd tot € 1,40. De kosten per gereden kilometer bedragen € 0,90. Bianca rekent en rekent, maar helaas komt ze er niet uit.

- 2 pt. **a.** Wat is de huidige organisatiestructuur van Transportbedrijf Verkerk?
- a. Lijnorganisatie
 - b. Lijn-staforganisatie
 - c. Matrixorganisatie
 - d. Functionele organisatie
- 2 pt. **b.** In welk distributiekanaal is het nieuwe klantenpotentieel van Verkerk actief?
- a. Indirect, kort distributiekanaal
 - b. Indirect, lang distributiekanaal
 - c. Direct distributiekanaal
 - d. Duaal distributiekanaal
- 2 pt. **c.** Hoeveel kilometer moet Transportbedrijf Verkerk in 2012 afleggen om haar break-evenpoint te bereiken?
- a. 15.333.333 km
 - b. 9.800.000 km
 - c. 9.200.000 km
 - d. 16.333.333 km
- 2 pt. **d.** Arie en Bianca beschrijven de verkoopmethode die hun voorkeur heeft. Welke van de onderstaande situaties is correct?
- a. *Arie's beschrijving is juist, maar die van Bianca is niet juist*
 - b. *Arie's beschrijving is niet juist, ook de beschrijving van Bianca is niet juist*
 - c. *Arie's beschrijving is juist, ook de beschrijving van Bianca is juist*
 - d. *Arie's beschrijving is niet juist, maar die van Bianca is juist*
- 2 pt. **e.** Welke van de onderstaande kortingsoorten wil Arie Verkerk zijn nieuwe klanten verlenen?
- a. Functionele korting
 - b. Kwantumkorting
 - c. Omzetbonus
 - d. Actiekorting

Casus 2

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.

37

Gebruik bij deze vraag casus 2 op pagina 14

- 2 pt. **a.** Welke hoofdstukken uit Hugo's plan zijn essentiële onderdelen van een verkoopplan?
- a. Hoofdstukken 5,6 en 7
 - b. Hoofdstukken 4,5 en 6
 - c. Hoofdstukken 2,3 en 4
 - d. Hoofdstukken 3,4 en 5
- 2 pt. **b.** Over welke motivatietheorie heeft Hugo gelezen?
- a. Maslow
 - b. McGregor
 - c. Covey
 - d. Herzberg
- 2 pt. **c.** Op welk niveau concurreert Huismeester.nl met de nieuwe dienst van Easy-Tool?
- a. Productvormconcurrentie
 - b. Generieke concurrentie
 - c. Behoeftconcurrentie
 - d. Ondernemingsconcurrentie
- 2 pt. **d.** Wat wordt het nieuwe vaste uurtarief (*inclusief 21% btw*) van Hugo en zijn medewerkers?
- a. € 45,38
 - b. € 54,90
 - c. € 36,00
 - d. € 30,25
- 2 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. € 133.333
 - b. € 200.000
 - c. € 238.000
 - d. € 112.059

- OEFENMATERIAAL -

De examenmodule NIMA A1 Sales heeft u afgesloten.

De uitslag volgt per e-mail, nadat de correctieprocedure is afgerond. Elk afgenomen examen wordt door NIMA geanalyseerd. De uitslag van een meerkeuze examen volgt tussen twee tot drie weken en de uitslag van een examen met open vragen volgt tussen de vier tot zes weken (dit is afhankelijk van het aantal correctierondes). Meer informatie over het uitslagproces vindt u op onze website www.nima.nl/uitslag-nima-examen.

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

Met vriendelijke groet,

NIMA

- OEFENMATERIAAL -

Welkom op het NIMA A1 Sales 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
- 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

- 14** 1 pt. A B C D
- 15** 1 pt. A B C D
- 16** 1 pt. A B C
- 17** 1 pt. A B C
- 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
- 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** A B C D
1 pt.
- 28** A B C D
1 pt.
- 29** A B C D
1 pt.
- 30** A B C D
1 pt.
- 31** A B C D
1 pt.
- 32** A B C D
1 pt.
- 33** A B C D
1 pt.
- 34** A B C D
1 pt.
- 35** A B C D
1 pt.
- 36** A B C D
10 pt. **a.**
- A B C D
b.
- A B C D
c.
- A B C D
d.
- A B C D
e.
- 37** A B C D
10 pt. **a.**
- A B C D
b.
- A B C D
c.
- A B C D
d.
- A B C D
e.

- OEFENMATERIAAL -

De examenmodule NIMA A1 Sales heeft u afgesloten.

De uitslag volgt per e-mail, nadat de correctieprocedure is afgerond. Elk afgenomen examen wordt door NIMA geanalyseerd. De uitslag van een meerkeuze examen volgt tussen twee tot drie weken en de uitslag van een examen met open vragen volgt tussen de vier tot zes weken (dit is afhankelijk van het aantal correctierondes). Meer informatie over het uitslagproces vindt u op onze website www.nima.nl/uitslag-nima-examen.

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

Met vriendelijke groet,

NIMA

Correctiemodel

1. C

1 pt.

2. D

1 pt.

3. C

1 pt.

4. D

1 pt.

5. A

1 pt.

6. C

1 pt.

7. C

1 pt.

8. B

1 pt.

9. A

1 pt.

10. C

1 pt.

11. D

1 pt.

12. C

1 pt.

13. A

1 pt.

14. C

1 pt.

15. D

1 pt.

16. C

1 pt.

17. A

1 pt.

18. B

1 pt.

19. C

1 pt.

20. D

1 pt.

21. C

1 pt.

22. B

1 pt.

23. D

1 pt.

24. C

1 pt.

25. A

1 pt.

26. A

1 pt.

27. C

1 pt.

28. C

1 pt.

29. A

1 pt.

30. C

1 pt.

31. B

1 pt.

32. D

1 pt.

33. B

1 pt.

34. B

1 pt.

35. A

1 pt.

- 36.** a. 2 pt. D
10 pt. b. 2 pt. A
c. 2 pt. C
d. 2 pt. A
e. 2 pt. D

Vraag 1

Antwoord: Verkoper & Verkoop, A. Tak,
vanaf pagina 33

Exameneis: (3.3) kan een eenvoudige
organisatiestructuur in schemavorm
weergeven

Vraag 2

Antwoord: Verkoper & Verkoop, A. Tak,
vanaf pagina 156

Exameneis: (3.10) kan de typen
distributiekkanalen opsommen

Vraag 3

Antwoord: Verkoper & Verkoop, A. Tak,
vanaf pagina 402

Exameneis: (10.11) kan uitleggen waarom
een verkoopmethode wel of niet efficiënt is

Vraag 4

Antwoord: Professioneel verkopen, H.
Wijnberg, vanaf pagina 168

Exameneis: (7.1) kan de soorten
kortingssystemen opsommen

Vraag 5

Antwoord: Verkoper & Verkoop, A. Tak,
vanaf pagina 213

Exameneis: (4.7) kan een break-evenpoint
berekenen

Berekening:

*Break-evenpoint = Vaste kosten / (Prijs –
Proportioneel variabele kosten)*

$$\text{€ } 4.600.000 / (\text{€ } 1,40 - \text{€ } 0,90 = \text{€ } 0,50) = \\ 9.200.000 \text{ kilometer}$$

- 37.** a. 2 pt. B
10 pt. b. 2 pt. A
c. 2 pt. D
d. 2 pt. B
e. 2 pt. B