

Oefenmateriaal NIMA Basiskennis Sales

Vakgebied: Basis Basiskennis Sales

- OEFENMATERIAAL -

Welkom op het NIMA Basiskennis Sales examen.

Dit examen bestaat uit 45 meerkeuzevragen en duurt 90 minuten. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen.

LET OP:

Bij de rekenvragen in dit examen graag de BTW buiten beschouwing laten, tenzij het BTW percentage wordt vermeld.

Veel succes!

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

Aantal vragen: 45

1 Een verkoper zegt aan het eind van het verkoopgesprek tegen zijn klant: "zal ik 20 of 30 exemplaren voor u noteren?".
1 pt.

Van welke afsluittechniek maakt de verkoper gebruik?

- a. Ja-techniek
- b. Alternatieftechniek
- c. Urgentietechniek
- d. Directe afsluittechniek

2 De nieuwe reclamecampagne van een aanbieder van vakanties doet consumenten denken aan de campagne van een concurrent.
1 pt.

Waarvan is hier sprake?

- a. Feedback
- b. Two step flow of communication
- c. Ruis
- d. Onjuist gekozen medium

3 Hoe noemt men het fenomeen waarbij mensen niet alle informatie uit hun omgeving kunnen of willen verwerken en zich daarom niet blootstellen aan alle stimuli of er slechts beperkt aandacht aan besteden?
1 pt.

- a. Selectieve perceptie
- b. Willekeurige perceptie
- c. Bewuste perceptie
- d. Indirecte perceptie

4 Het vraagt enige ervaring om koopsignalen te kunnen herkennen. Hoe weet je wanneer een klant koopbereid is?
1 pt.

- a. De klant maakt kenbaar dat hij voldoende financiële middelen heeft
- b. De klant vraagt naar de levertijd, betalingstermijn of aftersales
- c. De klant zoekt telefonisch contact of via e-mail
- d. De klant vraagt naar andere vergelijkbare producten of diensten

5 Waartoe dient de buyinggrid?

1 pt.

- a. In de buyinggrid wordt vastgesteld wie de doelgroep is, waar de doelgroep zich bevindt en wat nodig is om van de doelgroep klanten te maken
- b. In de buyinggrid worden de fasen uit het inkoopproces gecombineerd met de koopsituaties en kan de verkoper bepalen wat de beste aanpak is in de gegeven situatie
- c. Het vaststellen van de beschikbare middelen voor het doen van mogelijke investeringen
- d. Het verrichten van marktonderzoek aan de hand van verschillende marktbenaderingsconcepten en het doen van zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek

6 Een organisatie doet er goed aan om doelstellingen SMART te maken. SMART staat voor:

1 pt.

- a. Social, Mobile, Adaptive, Responsive en Takeovers
- b. Sales, Marketing, Advertising, Reclame en Targeting
- c. Sponsoring, Massamedia, Ambassadeurs, Robotisering en Transparantie
- d. Specifiek, Meetbaar, Acceptabel, Realistisch en Tijdgebonden

7 Het AIDA-model is een van de bekendste modellen voor het beschrijven van de werking van reclame. Uit welke vier fasen bestaat dit model?

1 pt.

- a. Acquisitie, Integratie, Doelgroepselectie en Activatie
- b. Attention, Interest, Desire en Action
- c. Activity, Intellect, Diversity en Adaptivity
- d. Awareness, Involvement, Differentiation en Adaption

8 Welke elementen worden gebruikt in de klantportfolioanalyse?

1 pt.

- a. Bestaande klanten en hun winstbijdrage
- b. Bestaande klanten en hun bijdrage aan de overhead
- c. Relatief aandeel van het inkoopvolume en groeimogelijkheden van klanten
- d. Potentiële klanten en hun omzetmogelijkheden

- 9** Er worden verschillende motivatietheorieën onderscheiden. Welke motivatietheorie gaat uit van het principe dat een hogere behoefte pas vervuld kan worden als die op lager niveau vervuld is?
1 pt.
- a. De behoeftetheorie van Herzberg
 - b. De behoeftehiërarchie van Maslow
 - c. De formule van Franke
 - d. De groeistrategie van Ansoff
- 10** In het distributiekanaal kunnen diverse ontwikkelingen zich voordoen. Wanneer een leverancier die tot op heden uitsluitend kantoormeubelen verkoopt, besluit ook kantoorartikelen te gaan verkopen, dan is dit een voorbeeld van:
1 pt.
- a. Parallellisatie
 - b. Integratie
 - c. Differentiatie
 - d. Specialisatie
- 11** Het creëren van wederzijds profijtelijke relaties met individuele afnemers, waarbij gestreefd wordt naar het bieden van maatwerk, is kenmerkend voor:
1 pt.
- a. Franchising
 - b. Target pricing
 - c. CRM
 - d. Psychologische prijszetting
- 12** Welke relatie wordt hier beschreven?
1 pt.
- Steeds meer organisaties werken vanuit een marktgerichte benadering. Ze gaan bij hun marktbenadering uit van het marketingconcept. Verkopers krijgen dus steeds meer te maken met marketing.
- a. De relatie tussen marketing en sales
 - b. De relatie tussen inkoper en verkoper
 - c. De relatie tussen werkgever en werknemer
 - d. De relatie tussen verkoper en klant

13 Wat onderscheidt een dienst van een product?

1 pt.

- a. Een product is altijd fysiek en een dienst is dat niet altijd
- b. Het kenmerk van diensten is, dat het 'product' niet tastbaar is. Een ander kenmerk is, dat direct contact tussen de afnemer en aanbieder noodzakelijk is en de afnemer in het dienstverleningsproces participeert
- c. Het onderscheidend vermogen van een dienst ten opzichte van een product, is dat een dienst grotere inspanning vereist van de dienstverlener, dan de benodigde inspanning dat een product vereist van een producent
- d. De productiekostprijs van een product ligt vele malen hoger dan de ontwikkelingskosten van een dienst

14 Een aanbieder van vitaminepillen heeft in haar assortiment Vitamine D-pillen voor mensen die ouder zijn dan 50. Welke segmentatievariabele heeft deze aanbieder gebruikt?

1 pt.

- a. Gedragsvariabelen
- b. Demografische variabelen
- c. Culturele variabelen
- d. Geografische variabelen

15 Welk begrip wordt hier omschreven?

1 pt.

Een aangeleerde, relatief duurzame houding die iemand inneemt ten opzichte van personen, activiteiten, producten of organisaties.

- a. Attitude
- b. Perceptie
- c. Observatie
- d. Cognitieve dissonantie

16 De dimensies van een assortiment betreffen de:

1 pt.

- a. Hoeveelheid, soort, locatie, formaat, gewicht en type
- b. Investering, afzet, omzet en winst
- c. Breedte, diepte, hoogte, lengte en consistentie
- d. Kwantiteit en kwaliteit

17 Wat is het uitgangspunt van het marketingconcept?

1 pt.

- a. Het doel van de onderneming is groei en winst
- b. Het ontwikkelen van nieuwe producten staat centraal
- c. Goede relaties met leveranciers zijn doorslaggevend
- d. De wensen en behoeften van afnemers staan centraal

18 Voor welke term is de volgende beschrijving kenmerkend?

1 pt.

Het verdelen van grote, heterogene markten in kleinere subgroepen van afnemers (consumenten of bedrijven), waarbij elke subgroep homogeen is.

- a. Differentiatie
- b. Positionering
- c. Marktsegmentatie
- d. Integratie

19 Wat zijn de vier marketinginstrumenten?

1 pt.

- a. Prospects, prijs, promotie en plaats
- b. Product, prijs, promotie en plaats
- c. Product, prijs, promotie en politiek
- d. Product, participatie, promotie en plaats

20 Welke soorten koopgedrag doen zich voor bij consumenten?

1 pt.

- a. RAG, DMU, dissonantie
- b. BPO, straight rebuy
- c. UPO, BPO, RAG
- d. Modified rebuy, UPO

21 Waaruit bestaat een bedrijfskolom?

1 pt.

- a. Uit opeenvolgende schakels in het voortbrengingsproces van een bepaald product
- b. Een beschrijving van de bedrijfshiërarchie en onderlinge verhoudingen tussen directie en medewerkers
- c. Een registratie van de rechtsvorm van de organisatie en haar aandeelhouders
- d. Een overzicht van leidinggevende en uitvoerende medewerkers en hun verantwoordelijkheden en werkzaamheden

22 Waar zijn business-, diensten-, detailhandels- detaillisten-, not-for-profit- en internationale marketing voorbeelden van?

1 pt.

- a. Ondernemingsvormen
- b. Online marketing
- c. Marktsegmenten
- d. Free publicity

23 Wat zijn de fasen van een productlevenscyclus (productlifecycle)?

1 pt.

- a. Introductiefase, groeifase, volwassenheidsfase, verzadigingsfase, neergangsfase
- b. Vertrekfase, opkomstfase, vermeerderingsfase en analysefase
- c. Startfase, ontplooiingsfase, voortgangsfase en beloopfase
- d. Opstartfase, ontwikkelingsfase, stabiliteitsfase, populariteitsfase en herintroductiefase

24 Welke betalingscondities onderscheidt men bij het tijdstip waarop de betaling moet plaatsvinden?

1 pt.

- a. Via cheque, bankoverschrijving, via pinautomaat en via payment service provider
- b. Op een bepaald tijdstip, bij vooruitbetaling, direct bij levering, onder rembours en op afbetaling
- c. iDeal, Creditcard, PayPal, SEPA-incasso en Bancontact
- d. Op basis van vast bedrag, via een prepaid-tegoed, via eenmalige afschrijving, middels mandaat en recurring payments

- 25** Wat is gericht op het verkrijgen, behouden en stimuleren van de afzet en bestaat uit een aantal instrumenten dat men de communicatiemix noemt?
1 pt.
- a. Promotie
 - b. Online marketing
 - c. SEA
 - d. KVVb-matrix
- 26** Wanneer bereikt een onderneming het break-even punt?
1 pt.
- a. Wanneer de constante en variabele kosten uit de omzet worden gedekt
 - b. Wanneer de variabele kosten uit de omzet worden gedekt
 - c. Wanneer de variabele en constante kosten aan elkaar gelijk zijn
 - d. Wanneer de constante kosten uit de omzet worden gedekt
- 27** Het verkopen van producten aan consumenten, het geven van advies, het verlenen van service en het voorzien van fabrikanten van belangrijke informatie, bijvoorbeeld over consumententrends, zijn functies van:
1 pt.
- a. De groothandel
 - b. De detailhandel
 - c. Het midden- en kleinbedrijf
 - d. Holdingmaatschappijen
- 28** Wat is een sellogram?
1 pt.
- a. Een matrix met de tarieven van leveranciers en de marges van de klant
 - b. Een overzicht met de best scorende verkopers van de afgelopen periode
 - c. Een matrix met het aanbod van de leverancier en de koopmotieven van de klant
 - d. Een overzicht met logische argumenten van de verkoper

- 29** Een leverancier van tropische vissen baseert de prijs van haar vissen op de gemiddelde prijs van vergelijkbare tropische vissen. Welke prijszettingstrategie wordt hier gebruikt?
1 pt.
- a. Kostprijsgeoriënteerde prijszetting
 - b. Concurrentiegeoriënteerde prijszetting
 - c. Winstgeoriënteerde prijszetting
 - d. Vraaggeoriënteerde prijszetting
- 30** Wat is een reden voor het verlenen van seizoenskorting? Seizoenskorting wordt verleend:
1 pt.
- a. Als een leverancier een product of dienst tijdelijk wil stimuleren
 - b. Als de klant bereid is zijn afname te verhogen
 - c. Als de klant grotere orders plaatst
 - d. Om de afzet gelijkmatiger over het jaar te verdelen
- 31** Welke vormen van samenwerking doen zich voor in de detailhandel?
1 pt.
- a. Vrijwillig filiaalbedrijf, kartel
 - b. Franchising, merchandiser
 - c. Inkoopcombinatie, merchandiser
 - d. Vrijwillig filiaalbedrijf, inkoopcombinatie, franchising
- 32** Wat is kenmerkend voor de theorie van het klachtgedrag van Day en Landon?
1 pt.
- a. Klachten zijn het gevolg van slechte kwaliteit, imago schade en service
 - b. Een klacht is het resultaat van te hoge verwachtingen die een afnemer heeft van een product of dienst. Dit leidt tot ontevredenheid en een negatief beeld van de organisatie
 - c. Een klacht is een gevolg van ondermaats handelen van een medewerker van een organisatie
 - d. Een klacht is een van de vele mogelijke uitkomsten van een proces waarbij de afnemer een gekocht product of afgenomen dienst evalueert

- 33** In welke fase van het onderhandelingsproces wordt de agenda vastgesteld?
1 pt.
- a. De openingsfase
 - b. De voorbereidingsfase
 - c. De aanloopfase
 - d. De verkenningsfase
- 34** Wat is het doel van vendorrating?
1 pt.
- a. Het nastreven van co-makship
 - b. Het vaststellen van de bijdrage van leveranciers aan de overhead van de onderneming
 - c. Prestaties van leveranciers in beeld brengen door deze te meten en te beoordelen
 - d. Het vaststellen van de inkoopstrategie bij hefboomproducten
- 35** Wat is het kenmerk van professionele debiteurenbewaking?
1 pt.
- a. Het geven van betalingskortingen
 - b. Registratie van betalingsgedrag en inwinnen van informatie over kredietwaardigheid
 - c. Het verstrekken van een omzet- of afnamebonus
 - d. Levering onder rembours
- 36** Bij welk fenomeen worden de verkopen per afnemer, de opbrengsten, de kortingen, de toegerekende kosten en het resultaat, meestal per maand, maar ook cumulatief weergegeven?
1 pt.
- a. ABC-analyse
 - b. Kwantitatief onderzoek
 - c. Verkoopanalyse
 - d. Kwalitatief onderzoek
- 37** Hoe worden klanten getypeerd die zich dominant en extravert gedragen?
1 pt.
- a. Als gereserveerde klanten
 - b. Als joviale klanten
 - c. Als agressieve klanten
 - d. Als bedeesde klanten

- 38** Hoe worden in het inkoopportfoliomodel van Kraljic producten genoemd waarvoor het toeleveringsrisico hoog is en die een hoge invloed hebben op de winst?
1 pt.
- a. Routineproducten
 - b. Hefboomproducten
 - c. Knelpuntproducten
 - d. Strategische producten
- 39** Aan de hand van welke drie componenten kan de winkelformule geïdentificeerd worden?
1 pt.
- a. Het type assortiment, de doelgroep en de marktpositie
 - b. De bedrijfsidentiteit en het imago van de organisatie onder de doelgroep
 - c. Sector, omvang en naamsbekendheid
 - d. Prijs, plaats en promotie
- 40** Voor welk begrip is onderstaande beschrijving kenmerkend?
1 pt.
- Een strategisch inkoopmodel dat een methode visualiseert om het inkooppakket te analyseren.
- a. Inkooppositiematrix
 - b. Inkoopportfolio
 - c. Inkoopcombinatie
 - d. Inkoopproces
- 41** Uit welke hoofdfasen bestaat de verkoopcyclus?
1 pt.
- a. Opstart-, groei-, wervings- en opleveringsfase
 - b. Voorbereidings-, openings-, informatie-, transformatie- en afsluitfase
 - c. Inleidings-, verkennings-, verkoop- en slotfase
 - d. Introductie-, ontwikkelings-, aanpassings-, acquisitie-, transitie- en afrondingsfase

42 Waarmee weergeeft een onderneming haar bestaansreden, kernvaardigheden, ambitie, normen en waarden op basis waarvan de organisatie wil werken en het werkterrein?
1 pt.

- a. Corporate image
- b. Missie van de onderneming
- c. Visie van de onderneming
- d. Corporate identity

43 Welke onderdelen bevat een offerte in het algemeen?
1 pt.

- a. Het voorblad, het aanbod, de prijzen en eventuele kortingen, de leveringscondities en de betalingsvoorwaarden
- b. Het voorblad, de inleiding, de disclaimer en de factuur
- c. De prijs en de algemene voorwaarden
- d. De introductie, een verslag van de onderhandelingen, eventuele mondelinge afspraken en de privacy statement

44 Wat is een voorbeeld van een persoonlijke-verkoop-methode?
1 pt.

- a. De marketeer kiest voor een marketingstrategie waarbij direct marketing centraal staat
- b. De marketeer verstuurt een e-mailnieuwsbrief met daarin een persoonlijke kortingscode voor een product of dienst
- c. De verkoper koopt zendtijd in op televisie en radio om hier vervolgens hun boodschap te communiceren aan de klant
- d. De verkoper bezoekt de klanten persoonlijk maar kan daarnaast bijvoorbeeld via telefoon, mail of andere media het contact ondersteunen

45 Wat is het doel van een offerte?
1 pt.

- a. De klantloyaliteit verhogen
- b. Het aantal potentiële klanten te laten groeien ten opzichte van de bestaande klanten
- c. Een formeel aanbod aan de klant of potentiële klant doen
- d. De winst van de onderneming optimaliseren

- OEFENMATERIAAL -

U heeft zojuist het NIMA Basiskennis Sales examen 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 Basiskennis Sales examen.

Dit examen bestaat uit 45 meerkeuzevragen en duurt 90 minuten. U dient uit vier of soms drie antwoordmogelijkheden het (meest) juiste antwoord te kiezen.

LET OP:

Bij de rekenvragen in dit examen graag de BTW buiten beschouwing laten, tenzij het BTW percentage wordt vermeld.

Veel succes!

Publicatie van deze opgaven mag alleen geschieden 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 1 pt. A B C D
- 37 1 pt. A B C D
- 38 1 pt. A B C D
- 39 1 pt. A B C D
- 40 1 pt. A B C D
- 41 1 pt. A B C D
- 42 1 pt. A B C D
- 43 1 pt. A B C D
- 44 1 pt. A B C D
- 45 1 pt. A B C D

- OEFENMATERIAAL -

U heeft zojuist het NIMA Basiskennis Sales examen 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. B
1 pt.

2. C
1 pt.

3. A
1 pt.

4. B
1 pt.

5. B
1 pt.

6. D
1 pt.

7. B
1 pt.

8. C
1 pt.

9. B
1 pt.

10. A
1 pt.

11. C
1 pt.

12. A
1 pt.

13. B
1 pt.

14. B
1 pt.

15. A
1 pt.

16. C
1 pt.

17. D
1 pt.

18. C
1 pt.

19. B
1 pt.

20. C
1 pt.

21. A
1 pt.

22. C
1 pt.

23. A
1 pt.

24. B
1 pt.

25. A
1 pt.

26. A
1 pt.

27. B
1 pt.

28. C
1 pt.

29. B
1 pt.

30. D
1 pt.

31. D
1 pt.

32. D
1 pt.

33. C
1 pt.

34. C
1 pt.

35. B
1 pt.

36. C
1 pt.

37. C
1 pt.

38. D
1 pt.

39. A
1 pt.

40. B
1 pt.

41. B
1 pt.

42. B
1 pt.

43. A
1 pt.

44. D
1 pt.

45. C
1 pt.