



higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIONALE SERTIFIKAAT

VERKOOPBESTUUR N5

(4090325)

8 Oktober 2020 (X-vraestel)
09:00–12:00

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

204Q1B2008




DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA
NASIONALE SERTIFIKAAT
VERKOOPBESTUUR N5
TYD: 3 UUR
PUNTE: 200

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord al die vrae in AFDELING A.
 2. Beantwoord enige DRIE vrae in AFDELING B.
 3. Lees al die vrae aandagtig deur.
 4. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
 5. Begin elke afdeling op 'n nuwe bladsy.
 6. Skryf netjies en leesbaar.
-





AFDELING A**VRAAG 1**


- 1.1 Kies 'n term uit KOLOM B om by 'n beskrywing in KOLOM A te pas. Skryf slegs die letter (A–J) langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.10) in die ANTWOORDBOEK neer.

KOLOM A		KOLOM B	
1.1.1	Gebaseer op elke mens se begeerte om geskenke te ontvang of om iets verniet te kry	A	direkte werwing van na klante ('direct prospecting')
1.1.2	Word gebruik wanneer 'n produk baie uniek en aantreklik is	B	kopers 
1.1.3	Hierdie metode staan ook as blinde werwing bekend	C	bepaal kwotas ('budget quotas')
1.1.4	Hulle kies die verskaffers	D	gradering
1.1.5	Hierdie persoon is die eerste wat 'n behoefte/probleem waarneem	E	verkoopsgebied
1.1.6	Personeel is meer bewus van die feit dat die onderneming wins moet toon	F	premium benadering
1.1.7	Behels 'n aantal huidige en toekomstige klante in 'n bepaalde geografiese gebied 	G	aanduiders
1.1.8	Hierdie metode is ingewikkeld en enkele aanduiders is nie voldoende om 'n voorspelling te maak nie	H	geskiedenis
1.1.9	Die vroeë jare van 'n onderneming	I	inisieerders
1.1.10	Sortering van produkte volgens die huidige, algemeen aanvaarde standaarde 	J	produkbenadering

(10 × 2)

(20)



- 1.2 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.15) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.
- 1.2.1 Promosies bestaan uit reklame, publisiteit, prys en plek.
- 1.2.2 Verkoopspersone se kennis moet verder strek as net die materiaal wat gebruik is om die produk te vervaardig. 
- 1.2.3 Sikliese variasie vind gewoonlik nie op 'n gereelde grondslag plaas nie en dit is moeilik om te voorspel wanneer dit sal plaasvind.
- 1.2.4 Die tipe produk of diens wat verkoop word sal nie die ontwerp van die verkoopsgebied ('sales territory design') beïnvloed nie.
- 1.2.5 Die belangrikste probleem in die administrasie van aktiwiteitskwotas is die motivering van die verkoopspersoneel.
- 1.2.6 Gebruikers speel 'n belangrike rol in terugvoering en evaluering van 'n produk se prestasie. 
- 1.2.7 Die eindelosekettingtegniek ('endless chain technique') staan ook as blinde werwing bekend.
- 1.2.8 Die kwalifikasie van moontlike klante sluit 'n ondersoek in na die klant se finansiële posisie en kredietwaardigheid.
- 1.2.9 In die komplimentbenadering begin die verkoops persoon die bespreking op 'n dramatiese manier en oorbeklemtoon wat hy doen.
- 1.2.10 Die produk bly die belangrikste bron van visuele aanbiedings.
- 1.2.11 Prysteenkating beteken dat die moontlike klant nie geld het om die produk te koop nie. 
- 1.2.12 Teenkating van 'n moontlike klant kan 'n teken van belangstelling wees.
- 1.2.13 Die grootste rede waarom verkoopmense verkope verloor is hul onvermoë om op die regte tyd te sluit. 

1.2.14	Klantesorg en -diens is van uiterste belang vir 'n onderneming om lojale klante te behou. 		
1.2.15	Roeteringspatrone is gewoonlik reguit of sirkelvorming.	(15 × 2)	(30)
			[50]
TOTAAL AFDELING A:			50



AFDELING B

Beantwoord slegs DRIE vrae in hierdie afdeling.


VRAAG 2

2.1	Wat is die VYF hoekstene van verkoopsukses?	(5 × 2)	(10)
2.2	Sodra 'n verkoops persoon inligting oor sy mededingers het, kan hy vir die klante die differensiële voordele aandui en teenkating oorkom. 		
	Noem VYF aspekte aangaande mededingers waarvan 'n verkoops persoon bewus moet wees.	(5 × 2)	(10)
2.3	Jy het Woolworths as 'n voornemende kliënt geïdentifiseer en die kontakpersoon daar is Mnr Kunene.		
	Watter inligting moet jy oor Woolworths insamel voordat jy hulle nader? 	(5 × 2)	(10)
2.4	Noem en verduidelik VYF faktore wat die keuse van vooruitskattingsmetodes beïnvloed.	(5 × 4)	(20)
			[50]



VRAAG 3

- 3.1 Om dit te oorweeg om na 'n nuwe gebied uit te brei, is 'n ingewikkelde onderneming. Dit vereis versierendheid en aansienlike beplanning om te verseker dat die doelwitte meer realisties is. 
- Noem die VYF stappe in die ontwerp van verkoopsgebiede ('sales territories'). (5 x 2) (10)
- 3.2 Wat is die VIER hooftipes kwotas? (4 x 2) (8)
- 3.3 Die verskaffing van naverkopediens is kritiek in die opbou van klanteverhoudings en die versekering van klanteloyaliteit oor die lang termyn.
- Veskaf ten minste SES redes waarom dit belangrik is om met klante op te volg. (6 x 2) (12)
- 3.4 Bespreek die volgende werwingstegnieke ('prospecting techniques').
- 3.4.1 Eindelosekettingtegniek
- 3.4.2 Invloedsentrums 
- 3.4.3 Spoorders ('spotters')
- 3.4.4 Direkte werwing van klante (4 x 4) (16)
- 3.5 Wat is die TWEE tipes teenkantiing? (2 x 2) (4)
- [50]**

VRAAG 4

- 4.1 Noem ten minste VYF faktore wat die grootte, struktuur en samestelling van die aankopespan beïnvloed. (5 x 2) (10)
- 4.2 Wat is die rolle van 'n inisieerder in 'n aankoopspan?  (3 x 2) (6)
- 4.3 Dit is belangrik dat 'n verkoops persoon met klante moet opvolg. Watter opvolgaktiwiteite is vir 'n verkoops persoon belangrik? (7 x 2) (14)
- 4.4 Psigologiese teenkantiing verwys na die moontlike klant se denkprosesse, wat hy/sy voel, sy/haar gesindheid, waardes en persoonlikheid.
- Noem en bespreek VYF psigologiese teenkantiing. (5 x 4) (20)
- [50]**

VRAAG 5

- 5.1 Old Mutual is deurlopend op soek na verkoops persone om by hul dinamiese verkoops span aan te sluit.
- Noem ten minste SES persoonlikheids eienskappe waarvoor mense moet beskik om suksesvolle verkoops persone te wees.  (6 × 2) (12)
- 5.2 Die meeste verkoops persone sukkel met tyd bestuur.
- Noem VIER moontlike tyd lokvalle ('time traps') wat verkoops persone kan teëkom. (4 × 2) (8)
- 5.3 Gee DRIE redes waarom dit vir verkoops persone belangrik is om by die vasstelling van kwotas betrokke te wees. (3 × 2) (6)
- 5.4 'n Verkoop persoon moet die toepaslike tegniek kies om 'n transaksie in 'n bepaalde situasie te sluit.
- Noem en bespreek VYF tegnieke wat 'n verkoop persoon kan gebruik om 'n transaksie te sluit.  (5 × 4) (20)
- 5.5 Onderskei tussen *verkoop potensiaal* en *mark potensiaal*. (2 × 2) (4)

[50]

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200