



higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

N1430(A)(N15)H

NATIONALE SERTIFIKAAT VERKOOPSBESTUUR N5

(4090325)

**15 November 2018 (X-Vraestel)
09:00–12:00**

Hierdie vraestel bestaan uit 7 bladsye.

**DEPARTEMENT VAN HOËR ONDERWYS EN OPLEIDING VAN DIE
REPUBLIEK VAN SUID-AFRIKA**

NASIONALE SERTIFIKAAT

VERKOOPSBESTUUR N5

TYD: 3 UUR

PUNTE: 200

NOTA: As jy meer as die vereiste aantal vrae beantwoord sal slegs die vereiste aantal gemerk word. Trek 'n duidelike streep deur AL die werk wat jy NIE gemerk wil hê NIE.

INSTRUKSIES EN INLIGTING

1. Beantwoord AL die vrae in AFDELING A.
 2. Beantwoord slegs DRIE vrae in AFDELING B.
 3. Lees AL die vrae aandagtig deur.
 4. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in die vraestel gebruik is.
 5. Skryf netjies en leesbaar.
-

AFDELING A**VRAAG 1**

- 1.1 Voltooi die volgende sinne deur die woorde in die lys hieronder te gebruik. Skryf slegs die ontbrekende woord of woorde langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.10) in die ANTWOORDBOEK.

kwotas; besware; Tydreeks (time-series) analise; verkoopsgebied; sirkelroete; direkte prospektering; voornemende kopers; markpotensiaal; hunkeringsiklus (itch cycle); verkoopsvoorspelling

- 1.1.1 Persoonlike verkope is die mondelingse en fisiese aanbieding van 'n produk deur 'n verkoopspersoon aan een of meer ... met die doel om 'n probleem of probleemareas te identifiseer.
- 1.1.2 'n ... is is skatting van verkope in rand of eenhede wat 'n individuele besigheid verwag om te bereik gedurende 'n spesifieke tydperk in 'n gegewe mark volgens 'n voorgestelde bemarkingsplan.
- 1.1.3 ... verwys na die verkope vir 'n gegewe produk of diens vir die totale industrie in 'n spesifieke mark oor 'n spesifieke tydperk.
- 1.1.4 ... is die analise van historiese data om toekomstige vraag te voorspel.
- 1.1.5 'n ... bestaan uit 'n aantal huidige en potensiële kliënte wat in 'n sekere geografiese area geleë en aan 'n spesifieke verkoopspersoon toegewys is vir 'n sekere tydperk.
- 1.1.6 ... is middele ('devices') om verkoopswerkzaamhede te rig en verkope te beheer.
- 1.1.7 ... vind plaas wanneer 'n verkoopspersoon 'n individu nader sonder enige voorkennis van die persoon of sonder om seker te maak dat die persoon werklik 'n potensiële koper is.
- 1.1.8 'n ... vind plaas wanneer 'n verkoopspersoon 'n spesifieke verloop ('trend'), gebaseer op 'n kliënt se vorige aankoopdatums, by voorbeeld wanneer 'n spesifieke kliënt elke twee jaar 'n nuwe motor koop.
- 1.1.9 ... behels 'n verkoopspersoon wat by die kantoor begin en in 'n sirkel van stopplekke beweeg totdat hy/sy weer terug is by die kantoor.
- 1.1.10 ... is goue geleenthede om probleme op te los en transaksies af te handel.

(10 × 2) (20)

1.2 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is. Kies die antwoord en skryf slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.15) in die ANTWOORDBOEK.

- 1.2.1 Die skokbenadering kry die voornemende koper se aandag deur vrees.
- 1.2.2 Hoe dikwels 'n kliënt koop speel 'n rol in die bepaling van die tyd en moeite wat met die kliënt spandeer word.
- 1.2.3 Een van die verkoopstake van die verkoops persoon is om 'n krediet aansoek te bring.
- 1.2.4 Met direkte werwing weet 'n verkoops persoon nie wie hy/sy kontak of besoek nie.
- 1.2.5 Die verkoops persoon moet die samestelling van sy/haar produkreeks ken.
- 1.2.6 Die Jurie van Uitvoerende mening gebruik die mening van uitvoerende beamptes sonder van aangesig-tot-aangesig-besprekings.
- 1.2.7 Die oprigting van spesifieke verkoopsgebiede sal verseker dat die mark omvattend gedek word.
- 1.2.8 Kliënte moet meer dikwels besoek word as kompetisie in 'n sekere mark intens is.
- 1.2.9 Uitgawekwotas verseker dat verkoops personeel hul tyd en moeite tussen verskillende aktiwiteite verdeel.
- 1.2.10 Die grootte, struktuur en samestelling van 'n aankoopspan sal verskil volgens die maatskappybeleid.
- 1.2.11 Werwing is die identifisering van 'n persoon of besigheid wat die behoefte, die outoriteit en die vermoë het om vir 'n produk te betaal.
- 1.2.12 Outoriteit om te koop beteken dat die voornemende koper kontant beskikbaar het en met 'n tjek of kredietkaart kan betaal.
- 1.2.13 Verkoopsaanbiedings word ontwikkel volgens wat verkoop word, wie die finale gebruiker sal wees, en die individuele verkoops persoon wat betrokke is.
- 1.2.14 Geldbesware beteken die voornemende koper het dalk geld vir die produk, maar hy/sy voel die prys is te hoog.
- 1.2.15 Kognitiewe dissonansie is die ontsteltenis wat die individu ervaar wanneer hy met ekstra inligting wat in konflik is met sy/haar huidige idees en waardes is.

(15 × 2)

(30)
[50]

TOTAAL AFDELING A: 50

AFDELING B

Beantwoord enige DRIE vrae in hierdie AFDELING.

VRAAG 2

- 2.1 Die algemene doelstelling van kwotas is om die verkoops poging te beheer.
Watter VIER doelstellings sou 'n maatskappy in gedagte hê wanneer hy kwotas gebruik? (4 × 2) (8)
- 2.2 'n Verkoopspersoon moet mislukking so kan hanteer dat wanneer die verkoopspersoon die voornemende koper verlaat, hy/sy verseker is van 'n warm verwelkoming op 'n latere geleentheid en dan 'n transaksie kan beklink.
Watter stappe word aanbeveel na 'n onsuksesvolle afsluiting? (6 × 2) (12)
- 2.3 Gee DRIE funksies en take van persoonlike verkope wat universeel is tot meeste verkoopstake. (3 × 2) (6)
- 2.4 Wat is die verskil tussen *markpotensiaal* en verkoopspotensiaal? (2 + 2) (4)
- 2.5 Watter faktore beïnvloed waarskynlike verkoopsvolume? (4 × 2) (8)
- 2.6 Die telefoon is een van die meesbelangrike kommunikasiekanale wat tot die verkoopspersoon se beskikking is in persoonlike verkope. Verkoopsmense behoort daarom te weet hoe om dit professioneel en effektief te gebruik.
Gee SES voordele van televerkope. (6 × 2) (12)

[50]**VRAAG 3**

- 3.1 'n Professionele verkoopspersoon wat sukses wil behaal weet dat hy/sy tyd en aandag moet gee aan die insameling van inligting oor 'n voornemende koper.
Gee VYF redes waarom sulke inligting versamel moet word. (5 × 2) (10)
- 3.2 Wat is die DRIE afsluitingseine wat 'n voornemende koper kan gee om te wys dat hy/sy gereed is om die transaksie te beklink? (3 × 4) (12)
- 3.3 Noem VYF faktore wat die verkoopsgebied-ontwerp kan beïnvloed. (5 × 2) (10)
- 3.4 Gee DRIE redes waarom dit belangrik is vir verkoopsmense om deel te naam aan die opstel van kwotas. (3 × 2) (6)

- 3.5 Die vraagtegniek is een van die benaderingstegnieke tot die verkoops persoon se beskikking tydens sy/haar aanbieding.
- Wat is die VIER vereistes van die vraagtegniek? (4 × 2) (8)
- 3.6 Noem VIER tydlokvalle wat verkoops mense moet vermy. (4)
- [50]**

VRAAG 4

- 4.1 Kliëntesorg en diens is lewensbelangrik as 'n besigheid sy lojale kliënte wil behou.
- Gee VYF stappe wat 'n verkoops persoon kan volg om kliënte-ondersteuning te verkry en te behou. (5 × 2) (10)
- 4.2 Dit is belangrik om bewys te lewe van aannames wat jy oor jou produk maak, want dit sal die voornemende koper vertrouwe in jou produk gee en hy/sy sal makliker oortuig word om te koop.
- Watter tegnieke sal jy gebruik om die aannames wat jy oor jou produk maak te bewys? (5 × 2) (10)
- 4.3 Bespreek die verskillende aspekte van produkkennis wat belangrik si vir 'n verkoops persoon. (5 × 4) (20)
- 4.4 Verduidelik hoe 'n verkoops persoon elk van die volgende voornemende kopertegnieke kan gebruik:
- 4.4.1 Invloedsentrum
- 4.4.2 Eindelose-kettingtegniek
- 4.4.3 Werwers ('Spotters') (3 × 2) (6)
- 4.5 Wat is die VIER elemente van 'n bemarkingsmengsel ('marketing mix')? (4)
- [50]**

VRAAG 5

5.1 Besware gee die verkoops persoon 'n aanduiding van hoe hy/sy in sy aanbieding vorder.

Watter besware word in elk van die volgende scenarios voorgestel?

- 5.1.1 'Ek het nie vandag tyd om jou te sien nie'. (5 × 2) (10)
- 5.1.2 'Ongelukkig onsvang ons slegs kontant. Ons neem nie debiet/kredietkaart nie'. (3 × 2) (6)
- 5.1.3 'Nee, ek stel nie belang nie. Ek stel slegs belang in Adidas tekkies.'
- 5.1.4 'Ek weet nie of ek die regte besluit neem om hierdie motor te koop nie.'
- 5.1.5 'Waarom moet ek 'n slimfoon koop as ek reeds 'n Nokia 3310 wat SMS'e kan stuur het?' (5 × 4) (20)
- 5.2 Watter verkoopsgebied ontwerprobleme kan voorkom? (5 × 2) (10)
- 5.3 Noem en verduidelik VYF faktore wat seleksie en voorspellingsmetodes kan beïnvloed. (4) [50]
- 5.4 Verkoops persone moet te alle tye bewus wees van hul fisiese voorkoms. Noem VYF aspekte van fisiese voorkoms wat belangrik is wanneer mens met kliënte besigheid doen. (5 × 2) (10)
- 5.5 Noem die eerste VIER sappe in die verkoopsproses. (4)

TOTAAL AFDELING B: 150
GROOTTOTAAL: 200