



# higher education & training

Department:  
Higher Education and Training  
**REPUBLIC OF SOUTH AFRICA**

## **NASIONALE SERTIFIKAAT VERKOOPBESTUUR N5**

(4090325)

**11 November 2022 (X-vraestel)  
09:00–12:00**

**Hierdie vraestel bestaan uit 8 bladsye.**

091Q1B2211

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

---

**LET WEL:** Indien jy meer as die vereiste getal vrae beantwoord, sal slegs die vereiste getal nagesien word. Trek alle werk dood wat jy nie wil laat nasien nie.

**INSTRUKSIES EN INLIGTING**

1. Beantwoord AL die vrae in AFDELING A.
  2. Beantwoord enige DRIE van die vier vrae in AFDELING B.
  3. Nommer die antwoorde volgens die nommeringstelsel wat in hierdie vraestel gebruik is.
  4. Begin elke afdeling op 'n nuwe bladsy.
  5. Gebruik slegs 'n blou of swart pen.
  6. Skryf netjies en leesbaar.
-

**AFDELING A****VRAAG 1**

1.1 Verskeie opsies word as moontlike antwoorde op die volgende vrae gegee. Kies die antwoord en skryf slegs die letter (A–D) langs die vraagnommer (1.1.1–1.1.15) in die ANTWOORDBOEK.

1.1.1 'n Faktor wat 'n invloed het op die voorspellingsmetode wat gekies word:

- A Motivering vir gewenste prestasie
- B Personeel
- C Algemene bedryfstoeestand
- D Verkoopsgebied

1.1.2 'n Voordeel daarvan om verkoopsgebiede vas te stel:

- A Verkoopskoste kan styg
- B Verkope neem af
- C Verhoog konflik en geskille
- D Verbeter kliënteverhoudings

1.1.3 Dis 'n sielkundige beswaar van kliënte:

- A Onkunde
- B Ongerief
- C Prysbeswaar
- D Verkeerde tyd

1.1.4 Die laaste stap wanneer 'n verkoopsgebied opgestel word:





- A Stel basiese gebiede vas.
- B Wys verkoops personeel aan die gebiede toe.
- C Gee vir verkoops personeel 'n kredietkaart.
- D Ontleed verkoops personeel se werkslading.

1.1.5 'n Kriterium wat gebruik word om 'n moontlike kliënt te kwalifiseer:

- A Ouderdom
- B Koopvermoë
- C Ras
- D Geografiese potensiaal

1.1.6 'n Voordeel van die Delphi-tegniek as 'n voorspellingsmetode:

- A Verkoopsmense het meer vertroue in die voorspelling.
- B Die voorspelling word maklik en vinnig ontwikkel.
- C Voorspelling word deur werklike produkgebruikers bepaal.
- D Alle individue maak onafhanklike evaluasies.

- 1.1.7 Hierdie tegniek word gebruik om aansprake van verkoops personeel te staaf: 
- A Delphi-tegniek
  - B Invloedsentrum
  - C Getuigskrifte
  - D Kwantitatiewe tegniek
- 1.1.8 Dis 'n funksie van 'n koper in die koopspan:
- A Onderhandel oor die verkoopsvoorwaardes
  - B Begin die aankoopproses
  - C Neem die werklike koopbesluit
  - D Hy/Sy erken 'n behoefte of 'n probleem eerste
- 1.1.9 Die rol van persoonlike verkope in die ekonomie: 
- A Dien as 'n inkomstebron
  - B Skep 'n vraag na verbruiksgoedere
  - C Bevorder wins en doelwitbereiking
  - D Dien as inligtingsbron
- 1.1.10 Toestande binne ... is 'n faktor wat die waarskynlike verkoopsvolume sal beïnvloed.
- A mededingers
  - B beplanning 
  - C die staat
  - D die bedryf
- 1.1.11 ... is EEN van 'n verkoops persoon se aanvullende dienstake.
- A Die bereiking van kliënte
  - B Die hantering van goedere wat omgeruil word en aanpassings
  - C Kliëntebehoud
  - D Naverkoopsdiens
- 1.1.12 Die volgende stap word aanbeveel vir 'n verkoops persoon as hy/sy nie 'n transaksie kon beklink nie:
- A Moenie die moontlike kliënt vra waarom hy/sy die aanbod van die hand gewys het nie 
  - B Gee 'n keuse
  - C Hersien die verkoopsaanbieding
  - D Gooi tou op

1.1.13 EEN van die volgende reëls sal 'n verkoops persoon help om vooroordeel te oorkom:

- A Behandel 'n bevooroordeelde persoon met respek
- B Oorkom bevooroordeeling met 'n argument
- C Wys die moontlike kliënt op direkte wyse dat hulle vooroordeel onlogies is
- D Moenie 'n bevooroordeelde persoon ignoreer nie

1.1.14 'n ... kwota is 'n tipe kwota.

- A Uitgawe-
- B Bruto marge-
- C Trefpuntvolume- ('Point sales volume')
- D Begrotings-

1.1.15 Die verkoops persoon moet bewus wees van die ... waarvan sy/haar maatskappy deel uitmaak.

- A markgrootte
- B produkondersteuning in die bedryf
- C toekomstige tendense in die bedryf
- D produksieprosesse en -metodes

(15 × 2) (30)

1.2 Dui aan of die volgende stellings WAAR of ONWAAR is deur slegs 'Waar' of 'Onwaar' langs die vraagnommer (1.2.1–1.2.10) in die ANTWOORDBOEK neer te skryf.

1.2.1 Die gebruikerverwagtingsmetode maak staat op antwoorde van die produk se werklike gebruikers.

1.2.2 'n Verkoops persoon se kans op langtermynsukses is maar skraal as hy/sy nie van mense hou nie.

1.2.3 Dis onnodig dat die verkoops persoon dieselfde kennis oor produksieprosesse en -metodes het as die produksiebestuurder.

1.2.4 Verkoopspotensiaal verwys na die verwagte verkope van 'n gegewe produk of diens in die hele bedryf.

1.2.5 Verkope neem af wanneer verkoops personeel aan spesifieke gebiede toegewys word.

1.2.6 Trefpuntvolumekwotas ('Point sales volume quotas') word gebruik wanneer pryse aansienlik skommel en wanneer produkte uit smal produklyne teen stabiele pryse verkoop word.

1.2.7 Koopvermoë beteken dat die moontlike kliënt kontant beskikbaar het, per tjek of kredietkaart kan betaal of vir kredietverskaffing kwalifiseer.

1.2.8	Besluitloosheid is wanneer 'n moontlike kliënt twyfel of hulle 'n produk moet koop.		
1.2.9	Die skok- en produkbenaderings word gebruik om die aansprake van die verkoops persoon tydens die aanbieding te staaf.		
1.2.10	Dis nie belangrik dat die verkoops persoon kennis dra van die mededingers nie.	(10 × 2)	(20)
			<b>[50]</b>
<b>TOTAAL AFDELING A:</b>			<b>50</b>

## AFDELING B

### VRAAG 2

- 2.1 Sodra die verkoops persoon weet wie die mededingers is, kan hy/sy verskillende voordele aan die kliënt uitwys en besware oorkom.
- Noem VYF aspekte van die mededingers wat verkoops personeel moet weet. (5 × 2) (10)
- 2.2 Verkoops personeel het die eienskappe van die verkoops proses as kultuur aangepas en tegnologie het verander. Die verkoops proses is gewoonlik verdeel in SEWE stappe. Sodra jy dié stappe verstaan, is jy in staat om letterlik enigiets wat jy wil te verkoop en jou kliënte tevrede te stel.
- Noem die SEWE stappe en verduidelik die rol van elke stap in die verkoops proses. (7 × 4) (28)
- 2.3 'n Verkoops persoon moet sy/haar tyd tussen VYF hoofaktiwiteite verdeel.
- Noem hierdie VYF aktiwiteite. (5 × 2) (10)
- 2.4 Definieer die term *roetering*. (2)
- [50]**

### VRAAG 3



- 3.1 Noem en bespreek VYF fisiese besware wat 'n kliënt mag hê tydens 'n verkoops aanbieding. (5 × 4) (20)
- 3.2 Indien verkoops personeel nie die prosedure verstaan van hoe kwotas vasgestel word nie kan hulle dalk begin dink dat die kwotas slegs gebruik word sodat hulle harder moet werk sonder dat die maatskappy hulle daarvoor betaal.
- Verduidelik waarom dit belangrik is dat verkoops personeel deelneem aan die vasstelling van kwotas vir hul verkoopsgebiede. (3 × 2) (6)

- 3.3 Noem VIER faktore wat die waarskynlike verkoopsvolume sal beïnvloed. (4 x 2) (8)
- 3.4 'n Goedbeplande verkoopsaanbieding kan deur 'n swak verbale aanbieding bederf word.  
Wat is die belangrike kriteria wat verkoops personeel moet nakom om te verseker dat hulle hul aanbieding suksesvol oordra? (5 x 2) (10)
- 3.5 Klassifiseer die volgende verkoopstegnieke:
- 3.5.1 Die verkoops persoon oorhandig motorsleutels aan die moontlike kliënt met die woorde: 'Neem dit vir 'n toetsrit.'
- 3.5.2 'Mnr. Maluleke is laas maand in 'n motorongeluk dood. Hy het bly uitstel om 'n polis uit te neem en nou is sy vrou en kinders sonder die nodige finansiële ondersteuning. Jy wil tog nie hê so iets moet met jou vrou en kinders gebeur nie, nie waar nie?'
- 3.5.3 'Gaan jy kontant betaal of in paaiemente?' (3 x 2) (6)
- [50]**

#### VRAAG 4

- 4.1 Verduidelik VIER punte ten opsigte van die verkoops mag samestelling as 'n manier om verkoopsvoorspellings te maak. Noem ook DRIE voordele en DRIE nadele van hierdie metode. (16)
- 4.2 Betroubaarheid is 'n persoonlike eienskap wat die meeste kliënte in 'n verkoops persoon opmerk en waardeer. Kliënte vergeet nie 'n verkoops persoon wat dinge onthou, instruksies uitvoer, beloftes hou en ten alle tye saamwerk nie.  
Noem VYF ander persoonlikheidseienskappe wat nodig is vir sukses in verkope. (5 x 2) (10)
- 4.3 Dis belangrik dat die verkoops persoon terugvoer gee aan die bemarkingsbestuur as deel van sy/haar primêre taak, om met moontlike en bestaande kliënte te skakel en met hulle te konsulteer oor die organisasie se bemarkingsfunksies.  
Noem VYF belangrike bemarkingsfunksies wat verkoops personeel moet uitvoer waneer hulle persoonlike verkope doen. (5 x 2) (10)
- 4.4 Wat is die verskil tussen 'n *geldbeswaar* en 'n *prysbeswaar*? (2 x 2) (4)
- 4.5 Noem VIER doelwitte van verkoopskwotas. (4 x 2) (8)
- 4.6 Wat is 'n *moontlike kliënt*? (2)
- [50]**

**VRAAG 5**

- 5.1 Kennis vorm 'n belangrike hoeksteen van 'n verkoops persoon se sukses.   
Noem VYF voordele daarvan as 'n verkoops persoon ingelig is. (Verwys na die belangrikheid van kennis.) (5 x 2) (10)
- 5.2 Noem VYF partye wat by 'n koops pan betrokke moet wees. (5 x 2) (10)
- 5.3 Noem VYF faktore wat die opstelling van die verkoops gebied beïnvloed. (5 x 2) (10)
- 5.4 Dis uiters belangrik dat 'n verkoops persoon die korrekte benadering moet gebruik en dit is dus noodsaaklik dat hy/sy al die benadering stegnieke ken.  
Noem en bespreek VYF benadering stegnieke.  (5 x 4) (20)  
**[50]**

**TOTAAL AFDELING B: 150**  
**GROOTTOTAAL: 200**