



higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT

VERKOOPBESTUUR N5

21 November 2025

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 9 bladsye.

AFDELING A

VRAAG 1

1.1	1.1.1	B✓✓		
	1.1.2	C✓✓		
	1.1.3	A✓✓		
	1.1.4	D✓✓		
	1.1.5	B✓✓		
	1.1.6	C✓✓		
	1.1.7	A✓✓		
	1.1.8	D✓✓		
	1.1.9	B✓✓		
	1.1.10	B✓✓		
			(10 × 2)	(20)
1.2	1.2.1	Waar✓✓		
	1.2.2	Onwaar✓✓		
	1.2.3	Waar✓✓		
	1.2.4	Onwaar✓✓		
	1.2.5	Onwaar✓✓		
	1.2.6	Waar✓✓		
	1.2.7	Onwaar✓✓		
	1.2.8	Onwaar✓✓		
	1.2.9	Waar✓✓		
	1.2.10	Waar✓✓		
			(10 × 2)	(20)
1.3	1.3.1	'n Aankoopspan is 'n groep mense in 'n besigheid✓ wat verantwoordelik is om organisatoriese aankoopbesluite te neem.✓		(2)
	1.3.2	Verkoopsvooruitskatting is 'n beraming van verkope in rand of eenhede✓ wat 'n individuele maatskappy✓ verwag om te maak gedurende 'n spesifieke tydperk✓ in 'n vasgestelde mark en met behulp van 'n voorgestelde bemarkingsplan.✓		(4)
	1.3.3	Roetering is 'n reisplan of -patroon✓ wat deur verkoopspersoneel gebruik word wanneer hulle klante in hul spesifieke verkoopsgebied besoek.✓		(2)
	1.3.4	'n Voornemende klant is 'n individu wat waarskynlik jou produk sal koop,✓✓ of dis iemand wat 'n hoë kans staan om te koop of dis 'n individu wat die potensiaal het om te koop.		
		Let wel: Nasiener moet vakkennis gebruik om punte toe te ken vir antwoorde wat sin maak.		(2)

[50]

TOTAAL AFDELING A: 50

AFDELING B

VRAAG 2

- 2.1
- Laat verkoops personeel toe om deel te neem aan kwotavasstelling✓✓
 - Hou verkoops personeel op hoogte van hul vordering✓✓
 - Behoeftte aan deurlopende bestuurskontrole✓✓ (3 × 2) (6)
- 2.2
- Verseker korrekte markdekking✓✓
 - Werkslading is gelyk✓✓
 - Verhoog verkoops personeel se moraal✓✓
 - Beter evaluering van en beheer oor die verkoops mag✓✓
 - Beter ontleding en beplanning van verkoopsaktiwiteite✓✓
 - Verkope verbeter
 - Minder konflik en geskille
 - Verbeter/versterk klanteverhoudings
 - Verminder verkoopskoste
 - Beter koördinasie tussen verkope en ander bemarkingsaktiwiteite (Enige VYF) (5 × 2) (10)
- 2.3
- 2.3.1 **AKTIWITEITSKWOTAS**
- Hierdie kwotas word gebruik om te kontroleer hoe verkoops personeel hul tyd en inspanning tussen verskillende aktiwiteite verdeel.✓✓
 - Die belangrike aktiwiteite wat verkoops personeel verrig, word gedefinieer en dan word teikens opgestel vir prestasiefrekwensies.✓✓
 - Teikens word gestel vir totale verkoopsoproepe, oproepe na spesifieke groepe klante, oproepe na voornemende klante, aantal nuwe rekenings, ens.
 - Aktiwiteitskwotas is geskik wanneer verkoops personeel belangrike nieverkoopsaktiwiteite verrig.
 - Dit stel die bestuur in staat om nie net verkoops personeel te kontroleer nie, maar hulle ook erkenning te gee vir die verrigting van nieverkoopsaktiwiteite.
 - Die hoofprobleem met hierdie kwotas is om die verkoops mag te inspireer.
- 2.3.2 **KOMBINASIE- EN PUNTESTELSELKWOTAS**
- Hierdie kwotas kontroleer die prestasie van verkoops- sowel as nieverkoopsaktiwiteite.✓✓
 - Die kwotas elimineer die nodigheid vir verskillende metingseenhede om verskillende aspekte van prestasie te evalueer.✓✓
 - Prestasie aan die hand van kombinasiekwotas word bepaal as persentasies en hierdie kwotas staan bekend as puntestelsels – die punte is dus persentasiepunte.
 - Hierdie kwotas som algehele prestasie in een meting op.
 - Verkoops personeel kan dalk sukkel om hierdie kwotas te verstaan en hul eie prestasies te evalueer. (2 × 4) (8)
- Fisiese besware✓✓
- Sielkundige besware✓✓

- 2.5
- Wys vir die klant dat jy omgee deur middel van gereelde kontak.✓✓
 - Wys klante hoe belangrik hulle is deur jou bereidheid om van diens te wees.✓✓
 - Toon opregte belangstelling deur die klant se behoeftes en probleme jou eie te maak.✓✓
 - Wys jou dankbaarheid vir hulle ondersteuning op 'n deurlopende basis.✓✓
 - Ontwikkel 'n aangename en aanvaarbare persoonlikheid.✓✓
 - Ken jou klante en hul personeel.✓✓
 - Hou die klant se entoesiasme vir jou, jou produk en jou besigheid lewendig.✓✓
 - Hou beloftes en ondernemings.✓✓
 - Verkoopspersoneel moet betroubaar wees.
 - Gee verpersoonlikte behandeling.
 - Wees konsekwent in jou benadering.
 - Beperk foute.
 - Volg klagtes onmiddellik op en tree dadelik op.
 - Vra vir terugvoer en maak aantekeninge van klante se voorstelle en aanbevelings.
- (Enige AGT) (8 × 2) (16)
- 2.6
- "Ek gaan jou nie laat betaal vir die R300-afleweringsfooi nie"✓✓
 - "As jy nou koop, kry jy 30 GB gratis data"
 - "Ons bied klante ses maande rentevry as hulle op krediet koop"
- Let wel:** Nasieners moet vakkennis gebruik om ander verwante antwoorde na te sien. (2)
- 2.7
- Kwalifikasies✓✓
 - Opleiding✓✓
 - Ervaring
 - Kommunikasievaardighede
 - Menseverhoudings
 - Sin vir verantwoordelikheid
 - Fisiese vereistes
 - Vereistes ten opsigte van sensoriese persepsie
 - Inisiatief
 - Oordeel
 - Eienskappe
- (Enige TWEE) (2 × 2) (4)
- [50]**

VRAAG 3

- 3.1 **GEBRUIKERS**✓✓
- Die persoon wat die produk gaan gebruik wanneer hy/sy dit ontvang✓
 - Kan enigiets vanaf 'n geringe tot uiters belangrike invloed op aankoopbesluite hê✓
 - Help soms met aankoopspesifikasies
 - Speel 'n belangrike rol in die terugvoer en evaluering van die produk se prestasie

INISIEERDERS✓✓

- Is die eerste om 'n behoefte of probleem te herken✓
- Versoek bestelling of aankoop van 'n produk✓
- Begin die aankoopproses

BEÏNVLOEDERS✓✓

- Beïnvloed die aankoopbesluit direk of indirek✓
- Stel die spesifikasies vas✓
- Stel die koopspeksifikasies van die produk vas
- Evalueer mededingers se produkte en beveel 'n potensiele produkverskaffer aan
- Hierdie rol word soms vervul deur 'n deskundige buite die onderneming

FINALE BESLUITNEMERS✓✓

- Neem die werklike aankoopbesluite✓
- Dra baie gewig, nie noodwendig deel van topbestuur nie✓
- Vir 'n gewone heraankoop, kan ook kopers hierdie rol vervul
- Vir unieke, belangrike en duur produkte is topbestuur gewoonlik die finale besluitnemers

KOPERS✓✓

- Kies verskaffers✓
- Teken kontrakte✓
- Onderhandel oor die verkoopsvoorwaardes
- Daar word soms na hierdie rol verwys as 'n aankoopbestuurder
- Topbestuur is gewoonlik kopers as die produk duur en ingewikkeld is

HEKWAGTERS✓✓

- Kontroleer vloeï van inligting na en van die onderneming na die mense in die aankoopspan,✓ bv., 'n sekretaresse keer verkoopslui om direkte kontak met gebruikers of beïnvloeders te maak✓

Let wel: TWEE regmerke vir benaming, EEN regmerk per feit vir verduideliking, TWEE feite benodig per rol. (6 × 4) (24)

3.2

DIE OORSPRONG VAN DIE ONDERNEMING✓✓

- Inligting soos wie die onderneming begin het, wanneer, waar, hoe dit begin het, sy doelwitte en waarom dit begin is.✓✓

DIE ONDERNEMING SE VROEË JARE✓✓

- Geskiedenis van die vroegste jare, toerusting en masjinerie wat destyds gebruik is, die personeel, finansiële posisie, eerste produkte, eerste areas wat gedek is, produksieprosesse, reklame en hoe persoonlike verkope hanteer is.✓✓

GROEI VAN BESIGHEID✓✓

- Kennis van die maatskappy se groei en veranderings wat plaasgevind het✓✓
- Veranderings soos produksieprosesse, finansiële groei, produksieverhogings, veranderings in produkreeks, prysveranderings, personeelgroei, uitbreiding van bemarkingsgebiede en bekendstelling van nuwe produkreeks

Let wel: TWEE regmerke vir benaming, TWEE regmerke vir verduideliking van EEN feit. (3 × 4) (12)

- 3.3
- Verkoopsvolumekwotas in geldeenheid/randwaarde✓✓
 - Verkoopsvolumekwotas in eenhede✓✓
 - Verkoopsvolumekwotas in punte✓✓ (3 × 2) (6)

- 3.4
- Die produk✓✓
 - Modelle✓✓
 - Geïllustreerde brosjure✓✓
 - Video's en films✓✓
 - Verkoopsportefeulje/persoonlike lêer van die verkoops persoon
 - Monsters (Enige VIER) (4 × 2) (8)
- [50]

VRAAG 4

- 4.1
- Dit gee vir die verkoops persoon agtergrondinligting.✓✓
 - Vóórbenadering spaar kosbare tyd en energie vir die verkoops persoon deurdat hulle kan onderskei tussen voornemende klante en algemene klantverwysings.✓✓
 - Inligting wat ingewin word, verskaf leidrade wat die voornemende klant se ware koopmotiewe aandui.✓✓
 - Dit verskaf inligting wat die verkoops persoon help besluit op die beste manier om die voornemende klant te benader en hoe om die voorlegging te beplan.✓✓
 - Doeltreffende vóórbenadering verseker meer suksesvolle resultate.✓✓
 - Dit keer dat die verkoops persoon ernstige foute maak.✓✓
 - Dit verseker dat die verkoops persoon die inligting gereeld aanvul op 'n georganiseerde manier.✓✓
 - Die inligting verskaf 'n basis vir vrae om die ontbrekende inligting mee aan te vul.✓✓
 - Dit skep vertroue in die verkoops persoon en hul voorlegging.✓✓
 - Voornemende klante is beïndruk deur die professionaliteit en deeglikheid van die verkoops persoon.✓✓
 - Dit gee voornemende klante 'n persoonlike gevoel van belangrikheid.
 - Die agtergrondinligting wat ingewin is, maak die verkoops persoon meer selfversekerd en entoesiasies wanneer hy/sy voorlegging aan die voornemende klant doen. (Enige TIEN) (10 × 2) (20)

- 4.2
- Want dit gebruik die opinies van bestuurders sonder persoonlike gesprekke✓✓
 - Want opinies word anoniem gegee✓✓
 - Dit skep 'n meer akkurate vooruitskatting as dié van die jurie van uitvoerende gesag
 - Dis 'n meer gestruktureerde metode en meer objektief as die opinie van die jurie van uitvoerende gesag
 - Want daar is geen dominante persoon en groepsdruk wat mense sal beïnvloed nie
- (Enige TWEE) (2 × 2) (4)
- 4.3
- Waarborge✓✓
 - Getuigskrifte✓✓
 - Verwysings✓✓
 - Dokumentasie✓✓
 - Demonstrasies✓✓
 - Gehaltestempels✓✓
 - Data van vorige verkope
 - Onafhanklike navorsingsbevindings
 - Endossemente
- (Enige SES) (6 × 2) (12)
- 4.4
- GELDBESWAAR: Dit beteken die voornemende klant het nie geld om die produk te koop nie.✓✓
- PRYSBESWAAR: Dit beteken die voornemende klant het dalk die geld om die produk te koop, maar hulle voel die prys is te hoog.✓✓
- (2 × 2) (4)
- 4.5
- Prospekterings- en benaderingstye is minder✓✓
 - Afsprake word makliker verkry✓✓
 - Die voornemende klant is alreeds tot 'n mate gekwalifiseerd deur die persoon wat hom/haar by die verkoops persoon aanbeveel het✓✓
 - 'n Tevrede klant is 'n goeie verwysing✓✓
- (4 × 2) (8)
- 4.6
- 'n Sentrum van invloed is gewoonlik 'n persoon, openbare figuur of 'n organisasie✓ wat eer, respek en bewondering in die gemeenskap, sakewêreld en industrie geniet en ander kyk op na hulle.✓
- (2)
[50]

VRAAG 5

- 5.1
- Beter kontantvloei✓✓
 - Omvattende kennis van klante en die produkte wat hulle koop✓✓
 - Vaardig in beplanning vir produksie en kapasiteit✓✓
 - Weet wanneer en hoeveel om te koop✓✓
 - Die vermoë om die patroon of beweging van verkope te identifiseer✓✓
 - Vermoë om die verwagte opbrengs op belegging te bepaal
- (Enige VYF) (5 × 2) (10)

- 5.2
- Bemakingsnavorsing✓✓
 - Produkbeplanning✓✓
 - Standaardisasie en gradering✓✓
 - Prysbeplanning✓✓
 - Risikofaktor✓✓
 - Reklame
 - Verspreiding en vervoer
 - Promosie en verkope
- (Enige VYF) (5 × 2) (10)

- 5.3
- 5.3.1 **DIE KOMPLIMENTBENADERING**
- Die verkooppersoon kyk uit na iets waarop hy/sy die voornemende klant kan komplementeer.✓✓
 - Die komplement moet egter opreg wees en met empatie oorgedra word.✓✓
 - 'n Deur-tot-deurverkooppersoon kan die voornemende klant komplementeer op sy/haar pragtige tuin of hoe netjies hul eiendom is.
 - Die komplementbenadering moet nie oordoen word nie en werk ook nie vir alle voornemende kliente nie.
 - Hierdie tegniek kan ook met groot sukses gebruik word in kombinasie met ander benaderingstegnieke.
- (4)

- 5.3.2 **DIE PREMIUMBENADERING**
- Hierdie benadering is gebaseer op elke mens se begeerte om geskenke of iets gratis te kry.✓✓
 - Dit kan 'n aanbod wees om 'n voornemende klant met 'n probleem te help,✓✓ bv. 'n gratis inspeksie of diens.
 - Dit kan selfs 'n klein geskenkie of 'n produkmonster wees.
- (4)

- 5.3.3 **DIE KLANTVOORDEEL-BENADERING**
- Hierdie tegniek behels dat die verkooppersoon die voornemende klant se aandag en gedagtes op die voordele van die produk of diens fokus.✓✓
 - Die voordele moet van ware belang vir die voornemende klant wees.✓✓
 - Die verkooppersoon moet die voornemende klant se koopmotiewe ken vanuit die vóórbenaderingsinligting wat ingesamel is anders kan hierdie metode misluk.
 - Bv. "My maatskappy is bewus van die feit dat vlooteienaars wat so baie taxi's soos jy het nie buitebande koop sonder om eerste aan besparings te dink nie" of "My maatskappy se buitebande gee meer kilometers vir minder geld".
 - Die voornemende klant is dan geïnteresseerd want 'n voordeel wat hulle geld kan spaar trek onmiddellik hulle aandag.

Let wel: TWEE regmerke per feit, TWEE feite benodig per tegniek. (4)

5.4	➤ Voltooi alle administratiewe take.✓✓		
	➤ Bedank die klant vir hul aankoop.✓✓		
	➤ Verseker die klant dat hulle die regte besluit geneem het deur jou produk te koop.✓✓		
	➤ Verduidelik kortliks die aflewering- en installasieprosedures.✓✓		
	➤ Reël 'n opvolgbesoek/-oproep ná aflewering om seker te maak die klant is tevrede met die produk.✓✓		
	➤ Sorg dat alle inligting en vorms aangaande die klant op die besigheidstelsel aangebring word.		
	➤ Kontroleer die bestelling/kontrak en kredietaansoek vir foute en gee dit deur aan die afdeling wat verantwoordelik is vir aflewering en installasie.		
	➤ Stuur 'n e-pos aan die klant wat die bestelling/aankoop bevestig.		
	➤ Opvolgbesoeke en goeie naverkoopsdiens moet hierop volg.	(Enige VYF) (5 × 2)	(10)
5.5	➤ Swak beplanning van dag se aktiwiteite✓✓		
	➤ Oproepe na ongekwalfiseerde voornemende klante✓✓		
	➤ Onvoldoende gebruik van telefoon✓✓		
	➤ Neem lang etensure✓✓		
	➤ Ondoeltreffende gebruik van wagtye		
	➤ Onthaal klante te veel		
	➤ Loop in sonder afspraak		
	➤ Te veel koffieblaaskanse		
	➤ Ondoeltreffende papierwerk	(Enige VIER) (4 × 2)	(8)
			[50]
		TOTAAL AFDELING B:	150
		GROOTTOTAAL:	200