

Sales A1 voorbeeldexamen

Vakgebied: A 3 - Sales

Tijdsduur: 2 uur

Aantal vragen: 33

Inhoud:

Pagina's:

- A. Voorpagina 1
- B. Toets 20
- C. Correctiemodel 4

Sales A1 voorbeeldexamen

Vakgebied: A 3 - Sales

Tijd: 10.00 – 12.00 uur (2 uur)

Het is de bedoeling dat u uit vier antwoordmogelijkheden het juiste antwoord kiest.

Aantal punten per vraag:

- 1 punt per 'losse' meerkeuze vraag (vraag 1 t/m 30)
- 1 punt per vraag bij mini-cases (15 meerkeuze vragen verspreid over de mini-case vragen 31 t/m 33)

Succes!

Aantal vragen: 33

- 1** Welke van de onderstaande stellingen voldoet aan de eisen die gesteld worden aan een verkoopdoelstelling?
1 pt.
- a. Wij verwachten dat iedere nieuwe klant ongeveer 6 keer terugkomt
 - b. Onze nieuwe klanten zetten tussen € 100 en € 5.000 per bezoek om
 - c. In de komende maand bezoekt iedere verkoper 15% meer klanten
 - d. In de komende periode zullen wij minimaal 5 nieuwe klanten werven
- 2** Waarop is de kostenrekening volgens de direct costing-methode gebaseerd?
1 pt.
- a. Op toerekening van de variabele kosten aan de producten, terwijl de vaste kosten in totaliteit naar de resultatenrekening worden gebracht
 - b. Op toerekening van zowel de directe kosten als de indirecte kosten aan de producten
 - c. Op toerekening van zowel de vaste kosten als de variabele kosten aan de producten
 - d. Op toerekening van de directe kosten aan de producten, terwijl de indirecte kosten in totaliteit naar de resultatenrekening worden gebracht
- 3** Van welke afrondingstechniek is sprake indien een verkoper aangeeft dat het aanbod 'vandaag nog geldig' is?
1 pt.
- a. Directe techniek
 - b. Verbale techniek
 - c. Urgentie techniek
 - d. Alternatieve techniek
- 4** Een goed klachtenbehandelingsstelsel kent een aantal voorwaarden.
1 pt.
- Welke van onderstaande voorwaarden speelt een belangrijke rol bij het onderhouden van een dergelijk klachtenbehandelingsstelsel?
- a. De klant mag geen invloed hebben op het stelsel
 - b. Klachten behoren tot het taakgebied van de directie
 - c. Het stelsel moet uitgebreid omschreven worden
 - d. Klachten moeten snel behandeld worden

5 Wat betekent de afkorting DMU?

1 pt.

- a. Decision Making Utility
- b. Direct Marketing Unit
- c. Divisional Maintenance Unit
- d. Decision Making Unit

6 Een winkelier hanteert de verkoopadviesprijs van €19,75 incl. 21% btw. De marge die hij hanteert op de inkoopprijs excl. btw is 35%.

1 pt.

Als een winkelier 10% korting krijgt op zijn inkoopprijs wat verliest de leverancier dan procentueel aan winst als zijn bedrijf een marge heeft van 40% op de kostprijs?

- a. 21%
- b. 25%
- c. 27%
- d. 35%

7 Het boek Verkoper & Verkoop van A. Tak beschrijft de definitie van Customer Relationship Management (CRM).

1 pt.

CRM wordt omschreven als een wijze van ondernemen met een aantal eigenschappen.

Welke eigenschap staat mede centraal in CRM?

- a. De onderneming streeft naar het standaardiseren van de aangeboden oplossingen, wat cross-selling vergemakkelijkt
- b. CRM heeft alleen consequenties voor de bedrijfsfuncties marketing & sales
- c. Activiteiten en bedrijfsprocessen zijn gericht op het creëren van wederzijdse profijtelijke relaties met individuele afnemers
- d. Collectieve klantwensen staan centraal

8 Verschillende maatschappijen vliegen voor de laagste tarieven. Klanten kunnen goedkoop vliegen naar onder andere Barcelona en Nice. Het gaat om tien à twaalf stoelen per vliegtuig. De rest wordt tegen een oplopende prijs verkocht: de prijs stijgt naarmate de vertrekdatum nadert.

1 pt.

Van welke prijsstrategie is hier sprake?

- a. Loss-leader pricing
- b. Prijsdiscriminatie
- c. Penetratieprijsstrategie
- d. Prijsdifferentiatie

9 VOITA is een model bestaande uit vijf stappen.

1 pt.

In welke situatie brengt dit model structuur aan?

- a. Bij het inwinnen van informatie van de klant
- b. In het vinden van verkoopargumenten die aansluiten bij de behoeften van de klant
- c. In een verkoopgesprek, door het te verdelen in fasen
- d. Bij het omgaan met bezwaren van de klant

10 Met behulp waarvan worden in business-to-business relaties de fasen in het inkoopproces aan het koopgedrag van de klant gerelateerd?

1 pt.

- a. Een buying grid
- b. De Attitude Overtuiging Driehoek
- c. Een inkoopportfolio
- d. De basissegmentatiepiramide

11 Een assortiment is het geheel van producten, productgroepen en productvarianten dat door een onderneming wordt aangeboden. Een assortiment kan op basis van verschillende criteria worden getypeerd.

1 pt.

Wat geeft het criterium "assortimentslengte" aan?

- a. Dit is het aantal productvarianten of merken binnen de productgroepen van een assortiment
- b. Dit is het aantal verschillende productgroepen waaruit een assortiment is opgebouwd.
- c. Dit is de mate van samenhang tussen de in het assortiment gevoerde producten
- d. Dit is het gemiddelde voorraadvolume van de in het assortiment gevoerde producten

- 12** 'Het toevoegen van waarde aan het fysieke product als gevolg van distributieactiviteiten' noemt men
1 pt.
- a. Customer intimacy
 - b. Customer lifetime value
 - c. Customer service
 - d. Customer relationship management
- 13** Er zijn verschillende rapportages die u op kunt stellen over uw klanten.
1 pt.
- Wat is het doel van een klantenpotentieelrapport?
- a. Het verkrijgen van inzicht in de vermoedelijke toekomstige afzet bij een klant
 - b. Het verkrijgen van meer inzicht in de 'menselijke' kant van de klant
 - c. Het verdelen van het totale aantal klanten in drie groepen naar frequentie van bezoek
 - d. Het geeft informatie over de klanten die bezocht zijn en wat met hen besproken is
- 14** Hans Bottema is verkoopleider van Prokoff BV. Prokoff verkoopt diermedicijnen aan veeartsen. De
1 pt. directie van Prokoff heeft Hans gevraagd om eens na te denken over de toekomst. De afzet is het afgelopen jaar sterk teruggelopen en de directie vraagt zich af of de afzet niet te stimuleren is door het prijsbeleid te differentiëren. Hans zelf is daar niet zo'n voorstander van en heeft voorkeur voor prijsdiscriminatie. Omdat het een tijdelijke maatregel is denkt Hans dat het verlenen van kortingen het beste instrument is om het doel te bereiken.
- Welke korting is een vorm van prijsdifferentiatie?
- a. Introductiekorting
 - b. Seizoenskorting
 - c. Functionele korting
 - d. Kwantumkorting

- 15** Erik verkoopt kapitaalintensieve machines voor houtbewerking. Hij is op weg naar een bedrijf dat houten pallets fabriceert voor ongeveer 500 afnemers wereldwijd. Vandaag geeft Erik een presentatie aan een afvaardiging van de Raad van Bestuur en het tactisch management. Dit management is verantwoordelijk voor de eventuele implementatie van de nieuwe machines. Ook zijn drie productiemedewerkers uit de fabriek aanwezig. Erik richt zich tijdens zijn presentatie voornamelijk op het tactisch management.

1 pt.

Welke van onderstaande klantwaarden is voor het tactisch management meest belangrijk?

- a. Functies van de machines
- b. Return on investment
- c. Continuïteit van processen
- d. Winst

- 16** Wat is een verkoopanalyse?

1 pt.

- a. Een analyse van de gebruikte verkoopmethoden
- b. Een analyse van de werking van de verkooporganisatie
- c. Een periodieke analyse van de verkoopresultaten
- d. Een analyse van het verkoopgesprek

- 17** Wat wordt bij marktonderzoek met de term 'validiteit' bedoeld?

1 pt.

- a. In hoeverre de enquêteurs die een onderzoek hebben uitgevoerd in hun vraagstelling voldoende consistent geweest zijn
- b. In hoeverre dat wat gemeten is, ook overeenkomt met wat men beoogde te meten
- c. De mate waarin, onder vergelijkbare omstandigheden, steeds dezelfde uitkomsten worden gemeten
- d. Of een steekproef voldoende groot is om op basis van de uitkomsten van het onderzoek gefundeerde beslissingen te nemen

- 18** In winkelverkoop zijn verschillende bedieningsvormen te onderscheiden.

1 pt.

In welke van onderstaande bedieningsvormen verkoopt men bij voorkeur de 'probleemloze artikelen'?

- a. Zelfbediening; winkelpersoneel verleent slechts beperkte diensten
- b. Zelfkeuze; personeel geeft alleen advies en handelt de verkoop af
- c. Persoonlijke bediening; het personeel staat ten dienst van de klant
- d. Een combinatie van de bovengenoemde bedieningsvormen

19 Jan is vertegenwoordiger bij een bedrijf dat stalen balken produceert. Hij bezoekt regelmatig klanten
1 pt. waaronder grote constructiebedrijven. Daar bespreekt hij met de ingenieurs van de klant de mogelijkheden om een speciaal type kwaliteitsbalk in te zetten. Dit type balk kan onder andere gebruikt worden voor tot het bouwen van veel lichtere constructies en levert een besparing op de staalkosten.

Wat voor type vertegenwoordiger is Jan?

- a. Missionary salesman
- b. Sales engineer
- c. Verkoopingenieur
- d. Technisch commercieel medewerker

20 Gesloten vragen worden in verkoopgesprekken onder meer gesteld om verkregen informatie
1 pt. bevestigd te krijgen. Een mogelijke vorm om dat te doen is om de gesloten vraag te stellen in de vorm van een:

- a. Tegenvraag
- b. Suggestieve vraag
- c. Indirecte vraag
- d. Meervoudige vraag

21 Wanneer een consument een aankoop doet waarmee hij ervaring heeft en een laag risico loopt dan is
1 pt. er sprake van het volgende model:

- a. UPO-model
- b. BPO-model
- c. Black-Box-model
- d. RAG-model

22 De inkoper van een grote winkelketen wenst een prijsopgave te ontvangen waarbij de verkoper zich gedurende een bepaalde periode verbindt de goederen tegen een vooraf vastgestelde prijs en tegen bepaalde condities te leveren.

1 pt.

De verkoper zal dit doen door middel van een

- a. Concept koopovereenkomst
- b. Vaste offerte
- c. Vrijblijvende offerte
- d. Voorwaardelijk vaste offerte

23 In een discussie tijdens een bijeenkomst van SMA (Sales Management Association) stelt één van de aanwezigen: “Verkopers zijn gladde jongens en meisjes die vooral niet te vertrouwen zijn”

1 pt.

Waar is deze uitspraak een voorbeeld van?

- a. Een selectieve perceptie
- b. Een verkoopargument
- c. Een attitude
- d. Een black box

24 Welke van de onderstaande stellingen met betrekking tot het verkoopplan is juist?

1 pt.

- a. Het verkoopplan is een operationeel plan, geen beleidstuk
- b. Het marketingplan is een deelplan van het verkoopplan
- c. Het verkoopplan is een deelplan van het marketingplan
- d. Het marketingplan bevat meerdere verkoopplannen

25 Pieter Veenstra twijfelt bij nader inzien of hij wel de juiste auto heeft gekocht. Hij zoekt naar signalen die zijn beslissing rechtvaardigen.

1 pt.

Hier is sprake van:

- a. selectief dissonantieproces
- b. cognitief dissonantieproces
- c. affectief dissonantieproces
- d. conatief dissonantieproces

26 Wanneer is sprake van externe ruis?

1 pt.

- a. Als misverstanden ontstaan in het coderings- of decoderingsproces
- b. Als communicatie plaatsvindt zonder dat daarbij taaltekens worden gebruikt (bijvoorbeeld door het maken van gebaren)
- c. Als storingen ontstaan in het communicatiekanaal tussen zender en ontvanger
- d. Als een zender zich richt op een ontvanger of groep ontvangers, zonder daar een directe reactie van te verwachten

27 Wat wordt verstaan onder after sales?

1 pt.

- a. Vorm van klachtenafhandeling om geen restitutie te geven
- b. Vorm van serviceverlening om tot een tevreden klant te komen
- c. Vorm van verkopen waarbij het inkooptraject van groot belang is
- d. Vorm van korting om te voorkomen dat de klant het product retour brengt

28 De omschrijving van de voordelen van een product voor een (potentiële) klant noemt men een

1 pt.

- a. Sellogram
- b. Marketingmix
- c. Waardepropositie
- d. Verkoopstrategie

29 Welke bewering over distributiemethoden is juist?

1 pt.

- a. Bij exclusieve distributie is er maar een geselecteerde distribuut per regio
- b. Selectieve distributie en exclusieve distributie is hetzelfde
- c. Bij exclusieve distributie krijgen de geselecteerde distribuuten een exclusieve benadering
- d. Bij selectieve distributie wordt een select aantal distribuuten intensief benaderd

30 Wat kunt u het beste doen zodra uw klant een koopsignaal geeft?

1 pt.

- a.** Het koopsignaal herhalen. Hierdoor ontstaat een positieve herbevestiging; u 'onderstreept' krachtig wat de klant zegt en gaat door met uw gesprek
- b.** Non-verbaal de klant laten merken dat u zijn signaal ontvangen heeft en uw gesprek vervolgen
- c.** Proberen te komen tot een afronding door middel van een directe of indirecte afrondingsvraag
- d.** Tot een afronding komen door middel van het stellen van open vragen

Casus 1

Amalia Staete

Jantina de Vries is gevraagd te komen werken voor Amalia Staete. Amalia Staete is een statig pand in het noorden van Friesland, dat recentelijk verbouwd is tot een unieke evenementenlocatie. Jantina heeft twee jaar geleden de Hogere Hotelschool in Leeuwarden afgerond. Als vertegenwoordiger wordt Jantina bij Amalia Staete verantwoordelijk voor de relatie met bepaalde afnemers. In haar vorige functie was zij verantwoordelijk voor de displays van het bedrijf bij diverse detaillisten in haar regio.

Eén van de eerste prioriteiten van Jantina is het samenstellen van een tweetal verkoopdoelstellingen. Over haar eerste doelstelling hoeft Jantina niet lang na te denken, ambitieus als zij is: 'Niet te veel tijd doorbrengen op kantoor, maar veel klanten bezoeken.' De tweede doelstelling die zij zich oplegt is: 'Iedere week breng ik minimaal zes offertes uit. Deze verstuur ik maximaal vijf dagen na het bezoek.'

Jantina's leidinggevende heeft haar gevraagd mee te denken over het samenstellen van een aantal aantrekkelijke arrangementen voor de zakelijke markt. De gasten van Amalia Staete ontvangen een interessante korting als zij meerdere services afnemen. Jantina heeft een aantal leuke ideeën, één daarvan is het Vergader-je-fit-arrangement. Dit arrangement bestaat uit de huur van een vergaderzaal gedurende twee dagdelen à € 225,- per dagdeel, een lunch met voornamelijk gezonde producten in de opkamer à € 24,50 per persoon, een afsluitende borrel à € 7,25 per persoon en de mogelijkheid om na afloop van de bijeenkomst gebruik te maken van de fitnessruimte. Een eenmalige groepsboeking van de fitnessruimte voor 10 personen kost € 45,-. De kosten voor het Vergader-je-fit-arrangement, uitgaande van 10 personen, bedragen € 65,- per persoon. Het arrangement wordt een groot succes.

Vandaag heeft Jantina een gesprek met de heer Jansen, directeur van het bedrijf Friese Buizen. Het bedrijf bestaat binnenkort 25 jaar en dat moet gevierd worden. De heer Jansen is buitengewoon geïnteresseerd in Amalia Staete als mogelijke locatie voor de feestelijkheden. Jantina verwacht dan ook dat hij uiteindelijk tot de koop zal overgaan. Jansen komt bij Jantina echter over als een persoon die blijft twijfelen en niet snel beslissingen neemt. Jantina sluit het gesprek daarom als volgt af: "Ik zal deze middag nog de verschillende ruimtes voor u reserveren en mijn collega vragen te informeren naar de beschikbaarheid van de muzikale mogelijkheden. Mijn offerte ontvangt u volgende week."

Voor sommige evenementen mag Jantina een offerte onder kostprijs uitbrengen of op basis van een break-evenomzet. Op deze manier wordt de bezettingsgraad van Amalia Staete versneld verhoogd. Ook hoopt de directie van Amalia Staete de bekendheid van de locatie zo te vergroten. Het feest van Friese Buizen is zo'n evenement. De offerte van Jantina bestaat uit vier arrangementen. De belangrijkste verschillen tussen deze vier arrangementen worden bepaald door de culinaire aankleding ervan.

De vaste kosten voor het verhuren van de locatie bedragen € 4.250,-, de vaste kosten voor het bedienend personeel zijn € 1.750,- ongeacht het aantal gasten. Er worden 250 gasten

verwacht. De verkoopprijs voor 'Arrangement 1' bedraagt € 90,- p.p.; voor 'Arrangement 2' € 105,- p.p. 'Arrangement 3' kost € 120,- per persoon en 'Arrangement 4' € 135,- per persoon. De winstmarge is voor alle arrangementen gelijk, namelijk 20%. Natuurlijk weet Jantina het feest te verkopen. En een geweldig feest wordt het!

31

Voor deze vraag kunt u casus 1 op pagina 11 gebruiken

- 1 pt. a. Welk van de onderstaande typen vertegenwoordigers is van toepassing op Jantina de Vries?
- a. Jantina was merchandiser, zij wordt missionary salesman
 - b. Jantina was merchandiser, zij wordt accountmanager
 - c. Jantina was sales engineer, zij wordt missionary salesman
 - d. Jantina was sales engineer, zij wordt accountmanager
- 1 pt. b. Verkoopdoelstellingen moeten voldoen aan bepaalde eisen. Welk van de onderstaande antwoorden is van toepassing op de doelstellingen van Jantina?
- a. Doelstelling 1 voldoet, doelstelling 2 voldoet niet
 - b. Geen van beide doelstellingen voldoen
 - c. Doelstelling 1 voldoet niet, doelstelling 2 voldoet
 - d. Beide doelstellingen voldoen
- 1 pt. c. Wat is de procentuele korting per persoon bij het Vergader-je-fit-arrangement?
- a. 15,0%
 - b. 12,5%
 - c. 20,0%
 - d. 17,5%
- 1 pt. d. Met welke afsluitingstechniek beëindigt Jantina haar gesprek met de heer Jansen van Friese Buizen?
- a. Veronderstellende vraag
 - b. Ja-techniek
 - c. Activeringstechniek
 - d. Urgentietechniek
- 1 pt. e. Welke van de onderstaande arrangementen is geprijsd op een break-evenomzet?
- a. Arrangement 1
 - b. Arrangement 2
 - c. Arrangement 3
 - d. Arrangement 4

Casus 2

Easy Fix

Het is zaterdagavond en Paul Bakker vertelt op de verjaardag van zijn vrouw breeduit over zijn nieuwe werkzaamheden bij Easy Fix. “Vanaf aanstaande maandag mag ik mij naast verkoop ook bezig houden met marketing en communicatie. Ik heb er zin in.” “Oom Paul,” zegt een neefje “wat doet Easy Fix?” “Easy Fix is een groothandel in lijmen. Een groothandel heft alle verschillen in tijd, hoeveelheid en plaats op tussen de producent van de lijm en de directe afnemer. Snap je dat?”

Inmiddels is het maandag. Paul is uitgenodigd om deel te nemen aan de wekelijkse bijeenkomst van de afdeling communicatie. Op dit moment werkt de afdeling een nieuwe advertentiecampagne uit. Het hoofd van de afdeling praat Paul bij over wat er in eerdere bijeenkomsten is besproken. “Om de campagne effectief te laten zijn, volgen wij het model waarbij de advertenties de volgende fasen doorlopen: gezien worden, gelezen worden, geloofd worden, herinnerd worden en, tot slot, tot koop aansporen”.

Het gaat Paul allemaal even te snel, daarom slaat hij er ‘s middags de theorie op na. Al snel komt hij er achter dat zijn collega één van de bekendere communicatiemodellen bedoelde. Tijdens zijn onderzoek komt Paul ook een ander interessant artikel tegen. Dit artikel beschrijft het vernieuwde distributiesysteem van één van Easy Fix’ concurrenten. “Dat moet ik ook maar even onthouden”, denkt Paul.

Als onderdeel van de nieuwe campagne werkt de afdeling communicatie ook een nieuw format uit voor de standaard offerte van Easy Fix. Paul wordt, als één van de meest ervaren verkopers van Easy Fix gevraagd hier over mee te denken. In dit onderwerp is Paul thuis, iets te goed zelfs; “Beste Paul, op dit moment moeten we niet te diep op de materie ingaan. Of we onze producten straks ‘loco’ of ‘franco’ gaan verkopen is binnen deze discussie over de standaard offerte niet relevant. Daar mag de afdeling verkoop straks iets over zeggen. Wij richten ons uitsluitend op de opbouw van de offerte.”

Paul heeft deze week ook nog een aantal afspraken als onderdeel van zijn verkoopactiviteiten, een welkome aanvulling op zijn nieuwe werkzaamheden voor de marketing- en communicatieafdeling. Hij bezoekt vandaag een potentiële afnemer. De gesprekken bevinden zich in de onderhandelingsfase. Paul spreekt de heer Pietersen van de firma Pramma, een groot bouwwarenhuis. Het uitgangspunt van het gesprek is de offerte die Paul drie weken geleden heeft uitgebracht. Uit de fase waarin beide partijen hun visie uiteenzetten en aangeven wat hun status is, maakt Paul op dat het geen makkelijke middag zal worden. Maar, Paul heeft er alle vertrouwen in dat Pramma een nieuwe klant zal worden.

32

Voor deze vraag kunt u casus 2 op pagina 14 gebruiken

- 1 pt. **a.** Bij het benoemen van de functie van een groothandel vergeet Paul Bakker één verschil te noemen. Welk van de onderstaande begrippen is dit?
- a.** Het verschil in verkoop
 - b.** Het verschil in kennis
 - c.** Het verschil in personeel
 - d.** Het verschil in afstand
- 1 pt. **b.** Welke van de onderstaande communicatiemodellen vormt de basis voor de advertentie van Easy Fix?
- a.** Lavidge en Steiner
 - b.** DAGMAR
 - c.** Starch
 - d.** AIDA
- 1 pt. **c.** Paul leest over een ontwikkeling bij één van Easy Fix's concurrenten. Deze heeft betrekking op één van de variabelen van de marketing mix. Wat zijn de andere drie variabelen van de marketing mix?
- a.** Product, prijs en promotie
 - b.** Prijs, plaats en promotie
 - c.** Product, plaats en promotie
 - d.** Product, prijs en plaats
- 1 pt. **d.** Bij het uitwerken van een nieuw format voor de standaard offerte noemt Paul twee begrippen die betrekking hebben op de
- a.** Kwantiteitsaanduiding van de goederen
 - b.** Betalingsvoorwaarden
 - c.** Leveringscondities
 - d.** Kwaliteitsaanduiding van de goederen

- 1 pt. **e.** In welke fase van de onderhandeling merkt Paul dat het geen makkelijke middag zal worden?
- a.** Openingsfase
 - b.** Voorbereidingsfase
 - c.** Inventarisatiefase
 - d.** Eerste positiekeuze

Casus 3

KeukenPro

Jasper de Jong werkt op de verkoopafdeling van KeukenPro. KeukenPro ontwerpt keukens en richt deze vervolgens vakkundig in. Ook biedt het bedrijf onderhoudscontracten aan. KeukenPro richt zich zowel op de zakelijke als particuliere markt. Om de consument goed te kunnen bedienen, werkt het bedrijf samen met een groot aantal detaillisten. De zakelijke klanten werden tot voor kort bediend via grossiers. Omdat de marges hierdoor in deze markt te klein werden, heeft de directie besloten de zakelijke klanten sinds dit jaar direct te beleveren.

Jasper is op vakantie geweest. Vandaag is zijn eerste werkdag. Hij wordt gevraagd met spoed Erik Smits van kookstudio Culi-Fair terug te bellen. Voor zijn vakantie heeft Jasper Culi-Fair een nieuwe keuken geleverd. Hoewel het bijna lunchtijd is, besluit Jasper het belletje nog snel even te doen. Weinig voorbereid belt hij Erik op. Jasper heeft Erik inmiddels goed leren kennen.

Erik heeft een storing aan zijn oven die direct verholpen dient te worden. Culi-Fair ontvangt vanavond een groep cursisten die een exclusief diner gaat bereiden. Een groot deel van het diner dreigt nu in de soep te lopen. Erik had eerder al geconstateerd dat het controlelampje van de oven was gaan branden, maar de oven bleef het gewoon doen. Hij had dit voorval naar Jasper gemaild, maar die heeft het vanwege zijn vakantie nog niet gelezen.

Jasper stelt Erik voor hem telefonisch advies te geven. De uitleg van Jasper is dusdanig technisch dat Erik het niet begrijpt. Daarnaast maken de achtergrondgeluiden van de kookstudio zoveel herrie dat Jasper en Erik elkaar slecht kunnen verstaan. Tot overmaat van ramp trekken de collega's van Jasper hem aan zijn jasje met de vraag of hij mee gaat lunchen. Dit draagt allemaal niet bij aan de kwaliteit van het telefoongesprek. Met zijn gebruikelijke humor houdt Jasper het gesprek luchtig. Erik ziet er echter de humor niet van in. Sterker nog, Erik verliest zijn geduld. Hij maakt zich grote zorgen over het diner van die avond.

Jasper is er niet helemaal met zijn gedachten bij. Was hij nog maar op vakantie! Gelukkig herpakt hij zich. Dit gaat zo niet goed. Zijn doel is nu het probleem op te lossen. Jasper onderbreekt Erik in zijn betoog en dringt erop aan zich geen zorgen te maken. Jasper wil het gesprek nu graag snel afronden om het probleem op te lossen. De oplossing lijkt namelijk niet ingewikkeld te zijn. Zonder exact te weten wat er aan de hand is, doet Jasper de toezegging dat het probleem op tijd wordt oplost. Jasper doet zijn best om zo vriendelijk mogelijk te blijven. Of dit gelukt is, weet hij niet. Jasper hoopt maar dat de oven op tijd gerepareerd wordt.

De volgende dag belt Jasper Erik met de vraag of alles goed gekomen is. Gelukkig wel. De monteur heeft de oven op tijd gerepareerd. Dit was eigenlijk zo eenvoudig nog niet. De toezegging van Jasper was meer geluk dan wijsheid. Jasper blijft stoïcijns en maakt van de gelegenheid gebruik Erik een onderhoudscontract voor de keukenapparatuur te verkopen; "Erik, houd er rekening mee dat de garantie van de keuken over twee maanden afloopt. Ik stel voor dat je een onderhoudscontract bij ons afneemt. Dat scheelt je straks wellicht veel voorrijkosten. Zal ik het contract maar alvast voor je opstellen?"

Achteraf twijfelt Jasper of dit wel het goede moment was voor deze verkoopactie. Maar ja, het einde van de maand komt eraan en zijn target is nog niet gehaald.

33

Voor deze vraag kunt u casus 3 op pagina 17 gebruiken

- 1 pt. **a.** Van welke van de onderstaande vormen van distributie maakt KeukenPro gebruik?
- a. Indirect korte distributie
 - b. Directe distributie
 - c. Indirect lange distributie
 - d. Duale distributie
- 1 pt. **b.** Welke van de onderstaande manieren van luisteren is van toepassing op Jasper?
- a. Empatisch luisteren
 - b. Selectief luisteren
 - c. Doen alsof
 - d. negeren
- 1 pt. **c.** Tijdens het communicatieproces tussen Jasper en Erik treden storingen op, zogenaamde ruis. Welke van de onderstaande situaties uit de case is een voorbeeld van externe ruis?
- a. De uitleg van Jasper is dusdanig technisch dat Erik het niet begrijpt
 - b. Achtergrondgeluiden maken zoveel herrie dat Jasper en Erik elkaar slecht verstaan
 - c. Tot overmaat van ramp trekken de collega's van Jasper hem aan zijn jasje
 - d. Erik had zijn probleem naar Jasper gemaïld. Door vakantie had hij dit nog niet gelezen
- 1 pt. **d.** Met welke van de onderstaande situaties uit de case reageert Jasper effectief op het probleem?
- a. Jasper doet zijn best om zo vriendelijk mogelijk te blijven
 - b. Jasper onderbreekt Erik en dringt erop aan zich geen zorgen te maken
 - c. Zonder exact te weten wat er aan de hand is, doet Jasper de toezegging dat het probleem op tijd wordt oplost.
 - d. Met zijn gebruikelijke humor houdt Jasper het gesprek luchtig
- 1 pt. **e.** Jasper probeert een onderhoudscontract af te sluiten met Culi-Fair. Welke onderhandelingsstijl gebruikt Jasper in de case?
- a. Toenaderen
 - b. Tegenhouden
 - c. Terugtrekken
 - d. Stellen

Correctiemodel

1. C
1 pt.

2. A
1 pt.

3. C
1 pt.

4. D
1 pt.

5. D
1 pt.

6. D
1 pt.

7. C
1 pt.

8. B
1 pt.

9. C
1 pt.

10. A
1 pt.

11. D
1 pt.

12. C
1 pt.

13. A
1 pt.

14. D
1 pt.

15. C
1 pt.

16. C
1 pt.

17. B
1 pt.

18. A
1 pt.

19. C
1 pt.

20. B
1 pt.

21. D
1 pt.

22. B
1 pt.

23. C
1 pt.

24. C
1 pt.

25. B
1 pt.

26. C
1 pt.

27. B
1 pt.

28. C
1 pt.

29. A
1 pt.

30. C
1 pt.

31. a. 1 pt. B

10 pt. b. 1 pt. C

c. 1 pt. C

d. 1 pt. C

e. 1 pt. C

- 32.** a. 1 pt. B
10 pt. b. 1 pt. C
c. 1 pt. A
d. 1 pt. C
e. 1 pt. D

- 33.** a. 1 pt. D
10 pt. b. 1 pt. B
c. 1 pt. B
d. 1 pt. A
e. 1 pt. A