

# **Exameneisen en literatuurlijst**

## **NIMAA2**

### **Sales Medewerker**

Van toepassing op de examens vanaf januari 2021



<b>1</b>	<b>Inhoudsopgave</b>	
<b>1</b>	<b>Inhoudsopgave</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Inleiding</b>	<b>2</b>
	2.1 Inhoud van dit document	2
	2.2 Niveau en positionering NIMA A Sales	2
	2.3 Beroepenveld NIMA A Sales	2
<b>3</b>	<b>Examenmethodiek</b>	<b>3</b>
	3.1 Opbouw van het Sales A examen	3
	3.2 NIMA A1 module Sales	3
	3.3 NIMA A2 module Sales	3
<b>4</b>	<b>Taxonomie</b>	<b>4</b>
<b>5</b>	<b>Exameneisen NIMA A2 Sales</b>	<b>4</b>
<b>6</b>	<b>Competenties</b>	<b>9</b>
	6.1 Beoordelingsschaal	9
	Competentie 1 Verkoopgesprek: Technieken	9
	Competentie 2 Verkoopgesprek: Reageren op de klant	10
	Competentie 3 Klachtenbehandeling	10
	Competentie 4 Non-verbale communicatie	11
	Competentie 5 Presentatie/ Demonstratie	11
	Competentie 6 Algemene indruk	12
<b>7</b>	<b>Literatuur NIMA A Sales</b>	<b>13</b>
	<b>Bijlage: European Qualification Framework</b>	<b>14</b>

## 2 Inleiding

### 2.1 Inhoud van dit document

Dit document bevat onder andere de exameneisen (leerdoelen) voor Sales A2. Deze eisen zijn van toepassing op Sales A2 examens vanaf 2021 en zullen voor onbepaalde tijd geldig zijn. Dit document heeft als doel jou als examenkandidaat of docent te informeren over de eisen die worden gesteld aan een NIMA A kandidaat.

De exameneisen zijn een weergave van de inhoud en het niveau van de examenmodule A2.

In dit document is te lezen wat het niveau is van het diploma, de methodiek van de beide examenmodules, de daadwerkelijke exameneisen en de lijst met literatuur die als basis dient voor het NIMA A Sales examen.

De NIMA examens kennen allemaal een EQF niveau, de nadere uitleg hierover is tevens in de bijlage terug te lezen.

### 2.2 Niveau en positionering NIMA A Sales

Het NIMA A Sales examen toetst de kennis, vaardigheden en persoonlijke en beroepscompetenties die nodig zijn op operationeel niveau te kunnen opereren in Sales; ofwel kunnen zij volwaardig (gaan) functioneren als professioneel verkoper. Het NIMA A Sales examen vormt de basis voor beroepsrollen op het gebied van professioneel verkoper en op niveau 4 van het Europese kwalificatieraamwerk, (European Qualification Framework, zie bijlage I). De beroepsprofielen in het EQF zijn opgesteld op basis van opleidings- en werkniveau, waarbij ingezoomd wordt op kennis, vaardigheden en verantwoordelijkheden.

Voor de bepaling van een EQF niveau wordt gekeken naar de inhoud van de exameneisen en de vorm waarin deze exameneisen worden getoetst. De niveaus in het raamwerk zijn te vergelijken met de bekende opleidingsniveaus MBO, HBO en WO. Meer informatie over de beroepsrollen en niveaus in het EQF is als bijlage opgenomen.

### 2.3 Beroepenveld NIMA A Sales

NIMA A Sales gediplomeerden werken als professioneel verkoper op Sales- of commerciële afdelingen. De aard van de bedrijven kan variëren van midden kleinbedrijf tot grote (multinationale) bedrijven. Deze bedrijven kunnen zowel profit als non-profit zijn en opereren in verschillende marktsegmenten, bijvoorbeeld in een retail-consumenten markt, of business-to-business markt. Van (aankomende) verkopers wordt verwacht dat zij beschikken over kennis en inzicht met betrekking tot algemene verkoopgrondslagen en principes, elementaire kennis hebben van marketingbegrippen en inzicht hebben in commerciële processen die toegespitst zijn op het kopen en verkopen van goederen en diensten.

Veder wordt verwacht dat zij de vaardigheden bezitten om een verkoopgesprek te kunnen voeren en kunnen onderhandelen over de verkoop van producten en diensten. De professionele verkoper moet op operationeel verkoopniveau volwaardig kunnen functioneren in een verkooporganisatie.

### 3 Examenmethodiek

#### 3.1 Opbouw van het Sales A examen

Het NIMA A Sales examen bestaat uit twee modules: A1 wordt schriftelijk afgenomen en A2 wordt mondeling geëxamineerd. Getoetst wordt of de kandidaat voldoet aan de eisen die gesteld worden aan een professionele verkoper.

Om in het bezit te komen van het NIMA A Sales Medewerker diploma dient de kandidaat voor beide modules (A1 en A2) een voldoende resultaat (cijfer >5,5) te hebben behaald.

#### 3.2 NIMA A1 module Sales

De NIMA A1 Sales module bestaat uit 45 meerkeuze vragen en toetst primair de kennis van de verschillende salesbegrippen, inzicht/ begrip van de theorie en de benodigde rekenvaardigheden. Deze examenmodule wordt in een examentijd van 90 minuten (1,5 uur) afgenomen.

Het examen wordt schriftelijk afgenomen. Bij de toetsing wordt een evenwichtige spreiding van de onderwerpen uit de exameneisen nagestreefd. Zie hiervoor de separate exameneisen voor NIMA A1 Sales.

#### 3.3 NIMA A2 module Sales

De NIMA A2 Sales module is een mondeling examen van in totaal 60 minuten. De kandidaat dient een gestructureerd behoeftegericht verkoopgesprek te kunnen voeren naar aanleiding van opgelegde gegevens in een case.

De indeling van het examen is als volgt

Verkoopgesprek:	30 minuten
Overleg examinatoren:	15 minuten
Evaluatie en beoordeling:	15 minuten

Na inschrijving voor het examen wordt de kandidaat ter voorbereiding een week voorafgaand aan de examendatum de casuïstiek beschikbaar gesteld.

Het is aan te raden eerst het schriftelijke examen af te leggen alvorens het mondeling examen te doen. Een andere volgorde is echter wel mogelijk. Na het behalen van een voldoende resultaat bij beide onderdelen ontvangt de kandidaat het NIMA A Sales diploma.

## 4 Taxonomie

Ten grondslag aan NIMA examens liggen exameneisen. Exameneisen zijn de leerdoelen op basis waarvan de examens worden ontwikkeld en geven het niveau weer waarop een NIMA A Sales gediplomeerde zou moeten functioneren. Het niveau van een leerdoel is vastgelegd in een zogenaamde Taxonomie. In de exameneisen is achter elk leerdoel een letter of lettercombinatie te zien. Onderstaand worden deze letters verklaard.

- (K) = Kennis; bijvoorbeeld een definitievraag.
- (B) = Begrip; bijvoorbeeld aangeven wat van toepassing is.
- (RV) = Reproductieve Vaardigheden; hebben betrekking op standaardprocedures of gebruik van formules.
- (PV) = Productieve Vaardigheden; doen een beroep op de creativiteit van de examenkandidaat, het gaat om handelingen in nieuwe situaties. Bijvoorbeeld het ontwikkelen van een verkoopplan of voeren van een gesprek.

Een taxonomie kent een hiërarchie die begint bij het niveau Kennis van bijvoorbeeld een begrip, tot Productieve Vaardigheden waarbij een kandidaat in staat is kennis toe te passen en bijvoorbeeld te presenteren en te combineren. Een exameneis kan op een lager niveau getoetst worden dan waarop deze is opgesteld. Bijvoorbeeld: wanneer een eis op RV niveau is opgesteld, kan deze eis ook op begripsniveau voorkomen in een examen.

## 5 Exameneisen NIMA A2 Sales

De exameneisen komen voor een groot deel overeen met de exameneisen voor de A1 examenmodule, maar sommige eisen worden voor examenmodule A2 op een hoger beheersingsniveau gesteld en enkele eisen hebben specifiek betrekking op het verkoopgesprek van A2.

De exameneisen die alleen betrekking hebben op de examenmodule A2, en geen betrekking hebben op de exameneisen voor A1, zijn:

- 1.03 kan non-verbale signalen tijdens een gesprek herkennen
- 1.16 kan een behoeftegericht verkoopgesprek voeren
- 1.22 kan een productdemonstratie houden

Exameneisen die voor A2 op een hoger vaardigheidsniveau worden gesteld zijn:

- 1.02 kan argumentatietechnieken uit de KVVb-matrix toepassen
- 1.5 kan een verkoopgesprek afsluiten met de juiste afsluittechniek
- 1.6 kan in een verkoopgesprek luister- en vraagtechnieken toepassen
- 1.17 kan de buying grid toepassen
- 1.19 kan klachten afhandelen
- 1.21 kan koopsignalen herkennen en kan er adequaat op reageren
- 3.02 kan kortingen berekenen en toepassen
- 4.26 kan inspelen op klantgedrag op basis van klanttypologieën
- 4.28 kan de fasen in het onderhandelingsproces toepassen
- 4.29 kan Unique Selling Points (USP's) toepassen
- 4.30 kan een sellogram opstellen en gebruiken

## 1. Communicatie algemeen & gesprekstechnieken

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
1.01	kan uitleggen wat cognitieve dissonantie na een aankoop is		x		
1.02	kan argumentatietechnieken uit de KVVb-matrix toepassen				x
1.03	kan non-verbale signalen tijdens een gesprek herkennen		x		
1.04	kan vaststellen of een doelstelling SMART is			x	
1.05	kan een verkoopgesprek afsluiten met de juiste afsluittechniek				x
1.06	kan in een verkoopgesprek luister- en vraagtechnieken toepassen				x
1.07	kan de modellen van Lavidge en Steiner, AIDA, Starch, VOCATIO, VOITA en DAGMAR beschrijven	x			
1.08	kan het 'two-step-flow' communicatietheorie definiëren	x			
1.09	kan uitleggen waarom communicatiestoringen ontstaan		x		
1.10	kan de definitie geven van selectieve perceptie	x			
1.11	kan voorbeelden van non-verbale communicatie geven		x		
1.12	kan aangeven hoe op non-verbale signalen gereageerd moet worden in een specifieke situatie		x		
1.13	kan opsommen welke factoren effectieve communicatie kunnen belemmeren en stimuleren	x			
1.14	kan de relatie tussen communicatiedoelen en vormen van communicatie beschrijven	x			
1.15	kan aan de hand van voorbeelden toelichten hoe bij bezwaren van klanten de tegenspraakstechnieken van Hasper kunnen worden toegepast		x		
1.16	kan een behoeftegericht verkoopgesprek voeren				x
1.17	kan de buying grid toepassen			x	
1.18	kan koopweerstand bij een klant herkennen en daarop inspelen				x
1.19	kan klachten afhandelen				x
1.20	kan aan de hand van voorbeelden uitleggen hoe er tijdens het verkoopgesprek moet worden ingespeeld op de diverse rollen in de DMU		x		
1.21	kan koopsignalen herkennen en kan er adequaat op reageren				x
1.22	kan een productdemonstratie houden				x
1.23	Kan het gebruik van Referrals toepassen in een gesprek				x

## 2. Marketing en de klant

De kandidaat:

	<b>Marketing en de klant</b>	K	B	RV	PV
2.01	kan het begrip clientratingsysteem uitleggen		x		
2.02	kan onderscheid maken tussen een suspect, lead en prospect		x		
2.03	kan het begrip klantenpiramide uitleggen		x		
2.04	kan aan de hand van voorbeelden uitleggen hoe een bedrijfskolom functioneert		x		
2.05	kan de verschillende vormen van reclame, sales promotion, free publicity en direct marketing toelichten		x		
2.06	kan het doel van CRM uitleggen		x		
2.07	kan de principes van marktonderzoek (doel, vormen, steekproefonderzoek) opsommen		x		
2.08	kan voorbeelden geven van marktonderzoek en marktonderzoeksmethoden		x		
2.09	kan ontwikkelingen binnen e-commerce toelichten		x		
2.10	kan het driecomponentenmodel van attitude uitleggen		x		
2.11	kan de motivatietheorieën van Hertzberg en Maslow uitleggen		x		
2.12	kan de relatie tussen motivatietheorieën en het verkoopproces uitleggen		x		
2.13	kan uitleggen wat Value Proposition (waardepropositie) is		x		
2.14	kan het begrip customer life time value uitleggen		x		
2.15	kan uitleggen wat customer service is		x		

2.16	kan de rol van social media binnen e-commerce uitleggen		x		
2.17	kan vaststellen van welk soort koopgedrag sprake is (UPO, BPO, RAG)			x	
2.18	kan de marketinginstrumenten beschrijven		x		
2.19	kan een marktsegmentatie uitvoeren			x	
2.20	kan het vijf-krachtenmodel van Porter uitleggen		x		
2.21	kan de termen intensieve, selectieve en exclusieve distributie beschrijven	x			
2.22	kan de ontwikkelingen in het distributiekanaal uitleggen	x			
2.23	kan uitleggen waarom telemarketing wordt gebruikt		x		
2.24	kan een klantportfolio analyse (zoals de klantportfoliomatrix BCG) vaststellen			x	
2.25	kan de verschillen tussen producten en diensten noemen	x			
2.26	kan de typen distributiekanaal opsommen	x			
2.27	kan voorbeelden geven van de relatie tussen marketing en sales		x		
2.28	kan de onderdelen van een marketingplan opsommen	x			
2.29	kan de dimensies van het assortiment opsommen	x			
2.30	kan de fasen van Productlifecycle beschrijven en herkennen		x		
2.31	kan de uitgangspunten en toepassingsgebieden van het marketingconcept uitleggen		x		
2.32	kan vaststellen of sprake is van desk- of fieldresearch			x	
2.33	kan een concurrentieanalyse op productniveau toelichten		x		
2.34	kan de definitie geven van attitude	x			
2.35	kan de definitie geven van klantloyaliteit	x			
2.36	kan de drie basisstrategieën van prijszetting en hun subcategorieën toelichten ( <i>leerdoel verschoven vanuit onderdeel 4</i> )		x		

### 3. Resultaten (berekeningen)

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
3.01	kan een verkoopprijs (inclusief en exclusief BTW) berekenen			x	
3.02	kan kortingen berekenen en toepassen				x
3.03	kan bonussen berekenen			x	
3.04	kan een omzet berekenen			x	
3.05	kan een kostprijs berekenen			x	
3.06	kan marge berekenen			x	
3.07	kan zowel een break-even-afzet als een break-even-omzet berekenen			x	

### 4. Sales algemeen

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
4.01	kan het begrip van prospectrating, cliëntrating en Vendor Rating uitleggen		x		
4.02	kan de voordelen van persoonlijke verkoop uitleggen		x		
4.03	kan een inkoopstrategie vaststellen			x	
4.04	kan de verschillende verkoopmethoden toelichten		x		
4.05	kan de plaats van een product in het inkoopportfolio (Kraljic) vaststellen			x	
4.06	kan de theorie van het klachtgedrag van Day en Landon toelichten		x		
4.07	kan de toegevoegde waarde van (ISO-)certificering uitleggen		x		
4.08	kan verschillende betalingscondities beschrijven	x			
4.09	kan de termen cross-selling, upselling en deepselling beschrijven	x			
4.10	kan de fasen in het inkoopproces opsommen	x			

4.11	kan de definitie geven van het begrip verkoopanalyse	x			
4.12	kan de definitie geven van het begrip 'just-in-time'	x			
4.13	kan een eenvoudige organisatiestructuur in schemavorm weergeven			x	
4.14	kan de functies van groothandel opsommen	x			
4.15	kan de functies van detailhandel opsommen	x			
4.16	kan de drie onderdelen van een winkelformule opsommen	x			
4.17	kan de samenwerkingsvormen in de detailhandel opsommen	x			
4.18	kan de taken en verantwoordelijkheden van de inkoper opsommen	x			
4.19	kan de definitie geven van een kredietlimiet	x			
4.20	kan de definitie geven van een krediettermijn	x			
4.21	kan de definitie geven van after-sales	x			
4.22	kan de definitie geven van concurrentie	x			
4.23	kan de soorten kortingsystemen opsommen	x			
4.24	kan de soorten bonussystemen opsommen	x			
4.25	kan de verkoopcyclus beschrijven	x			
4.26	kan inspelen op klantgedrag op basis van klanttypologieën				x
4.27	kan de basisprincipes van onderhandelen opsommen	x			
4.28	kan de fasen in het onderhandelingsproces toepassen				x
4.29	kan Unique Selling Points (USP's) toepassen				x
4.30	kan een sellogram opstellen en gebruiken				x
4.31	kan de definitie geven van Decision Making Unit (DMU)	x			
4.32	kan de debiteurenbewaking- en invorderingsprocedures opsommen	x			

## 5. De Organisatie, de verkoper en zijn prestaties

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
5.01	kan de relatie van het verkoopplan met andere plannen binnen de organisatie toelichten		x		
5.02	kan uitleggen op welke wijze geautomatiseerde relatiebeheersystemen de activiteiten van de verkoper kunnen ondersteunen		x		
5.03	kan de voor- en nadelen van accountmanagement benoemen	x			
5.04	kan de rol van de verkoper in relatie tot marktonderzoek toelichten		x		
5.05	kan de kenmerken en voor- en nadelen van een ondernemingsvorm beschrijven	x			
5.06	kan de onderdelen benoemen van de DESTEP analyse		x		
5.07	kan het begrip missie en visie van de onderneming uitleggen		x		
5.08	kan een verkoopdoelstelling (salestarget) formuleren			x	
5.09	kan aangeven op basis waarvan een verkoopbudget wordt opgesteld		x		
5.10	kan de onderdelen van een verkoopplan opsommen		x		
5.11	kan de taken en verantwoordelijkheden van een verkoper beschrijven	x			
5.12	kan uitleggen wat de gevolgen van routeplanning voor een individuele verkoper zijn		x		
5.13	kan de opbouw en doel van een offerte toelichten	x			
5.14	kan uitleggen wat de toegevoegde waarde van relatiemanagement is		x		
5.15	kan de verschillen tussen de taken en verantwoordelijkheden van lijn- en staffunctionarissen noemen	x			



5.16	kan beschrijven welke rol de verkoper kan spelen in debiteurenbewaking- en invorderingsprocedures	x			
------	---	---	--	--	--

## 6. Social media

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
6.01	kan uitleggen wat een social medium is (B)		x		
6.02	weet welke soorten social media er zijn: Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Instagram Whatsapp, Snapchat, Pinterest		x		
6.03	kan uitleggen waarvoor social media gebruikt kan worden (luisteren, participeren, initiëren)		x		
6.04	kan uitleggen hoe in social media geadverteerd kan worden op specifieke doelgroepen		x		
6.05	kan het begrip conversieratio benoemen		x		
6.06	kan uitleggen wat de verschillen zijn tussen een persoonlijk profiel en een bedrijfsaccount		x		

## 7. Duurzaamheid

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
7.01	kan de volgende begrippen definiëren en benoemen in praktische situaties: (K) <ul style="list-style-type: none"> <li>• het algemene begrip duurzaamheid</li> <li>• het begrip Duurzaam Ondernemen/MVO. (rekening houden met natuur, milieu en sociale aspecten in het ondernemen, Fair Trade, Energiebesparing)</li> <li>• begrippen People, Planet &amp; Profit en de toepassing daarvan in het bedrijfsleven</li> </ul>	x			

## 8. Wettelijke regelingen en zelfregulering

De kandidaat:

		K	B	RV	PV
8.01	kan onderstaande begrippen kunnen uitleggen en toepassen (B): <ul style="list-style-type: none"> <li>• AVG (voorheen Wbp)</li> <li>• Bel-me-niet register (opt-in en opt-out)</li> <li>• Gedragcodes</li> <li>• Ddma</li> <li>• Reclame code commissie</li> </ul>		x		

## 6 Competenties

Bij de NIMA A2 module Sales wordt het competentieniveau van de kandidaat door middel van een mondeling examen vastgesteld en beoordeeld. Het mondelinge examen bestaat uit een gestructureerd behoeftegericht verkoopgesprek aan de hand van een eerder vrijgegeven case. Het doel van het mondelinge examen is inzicht te verkrijgen in de competentie(s) van de kandidaat en het niveau van deze competentie(s).

In dit hoofdstuk worden de competenties beschreven.

### 6.1 Beoordelingsschaal

De vijfpuntsschaal voor de meting van deze competenties is een graadmeter met betrekking tot de competenties van een kandidaat. Met behulp van criteria en kritische punten wordt aangegeven of iemand *zeer slecht*, *slecht*, *matig*, *goed* of *uitstekend* scoort in een bepaalde competentie. Uit de schaal blijkt een duidelijke gradatie. Een en ander wordt per competentie bekeken. Er is binnen de competentiebeoordelingsschaal een onderverdeling aangehouden tussen beroepscompetenties enerzijds en persoonlijke competenties anderzijds.

In de competentiebeoordelingsschaal staan de scores voor:

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| 1. <b>slecht (score 2)</b>      | de kandidaat voldoet helemaal niet aan dit criterium                   |
| 2. <b>onvoldoende (score 4)</b> | de kandidaat vertoont tekorten ten aanzien van dit criterium           |
| 3. <b>voldoende (score 6)</b>   | de kandidaat voldoet niet altijd aan dit criterium, maar gemiddeld wel |
| 4. <b>goed (score 8)</b>        | de kandidaat voldoet grotendeels aan dit criterium                     |
| 5. <b>uitstekend (score 10)</b> | de kandidaat beantwoordt geheel aan dit criterium                      |

In de competentieschalen wordt onderscheid gemaakt tussen Kennis (K), Vaardigheid (V) en (beroeps-) Houding (H). Zie onderaan voor een aantal voorbeelden per competentie.

#### Competentie 1 Verkoopgesprek: Technieken

Bijvoorbeeld:

Zeer slecht Score 1	Slecht Score 3	Matig Score 5	Goed Score 7	Uitstekend Score 9
K- Heeft beperkte kennis van de technieken behorende bij een verkoopgesprek	K- Heeft beperkte kennis van de technieken behorende bij een verkoopgesprek	K- Kent de voornaamste technieken behorende bij verkoopgesprek	K- Heeft overzicht van technieken behorende bij een verkoopgesprek	K- Weet alles van technieken behorende bij een verkoopgesprek
V- Kan geen goed verkoopgesprek voeren	V- Kan een verkoopgesprek voeren maar veroorzaakt ruis	V- Kan op diverse onderdelen en technieken een goed	V- Kan op alle onderdelen en technieken een goed	V- Kan op alle onderdelen en technieken een uitstekend

H- Is afwachtend en reageert reactief	H- Is vooral reactief in gesprek	verkoopgesprek voeren H- Voert meestal een duidelijk en professioneel gesprek	verkoopgesprek voeren H- Voert een professioneel gesprek en is assertief	verkoopgesprek voeren H- Voert consequent een professioneel gesprek, is assertief en proactief
---------------------------------------	----------------------------------	--	---	---

## Competentie 2 Verkoopgesprek: Reageren op de klant

Bijvoorbeeld:

Zeer slecht Score 1	Slecht Score 3	Matig Score 5	Goed Score 7	Uitstekend Score 9
K- Heeft kennis van verkoop-technieken	K- Weet wat de essentie is van klantgericht handelen	K- Kent de essentie van klantgericht handelen	K- Kent de relatie tussen het klantgericht handelen en inspelen op de klantbehoeften	K- Kent de principes van het centraal stellen van de klant
V- Kan reageren op klantbehoeften	V- Kan klantbehoeften in kaart brengen	V- kent de klantbehoeften en kan koopsignalen herkennen	V- Kan het klantgericht gesprek vormgeven en uitvoeren	V- Kan het klantgericht gesprek volgens de technieken en planmatig uitvoeren
H- Vermijdt ontevredenheid van klanten	H- Reageert op signalen van de klant	H- Is klantgericht en streeft naar klanttevredenheid	H- Denkt in koopmotieven, klantwaarde en probeert tot koop over te gaan	H- Stelt zich proactief op en denkt in lange termijn relaties

## Competentie 3 Klachtenbehandeling

Bijvoorbeeld:

Zeer slecht Score 1	Slecht Score 3	Matig Score 5	Goed Score 7	Uitstekend Score 9
K- Heeft geringe kennis van processen rondom klachtbehandeling	K- Kent de processen rondom klachtbehandeling	K- Heeft kennis van en inzicht in de processen rondom klachtbehandeling	K- Heeft ruime kennis van processen rondom klachtbehandeling en de implicaties hiervan op resultaten	K- Kent de processen en de gevolgen van het doorlopen van een klachtbehandeling op de lange termijn
V- Kan klachten aanhoren	V- Kan klachten in behandeling	V- Neemt klachten in	V- Handelt proces klachtbehandeling	V- Handelt planmatig de

	nemen	behandeling en betreft klant hierbij	verantwoord en gestructureerd af	klachtbehandeling verantwoord en gestructureerd af
H- Reageert passief op klacht	H- Reageert alert op klacht	H- Is alert en toont empathie met klant	H- Is zich bewust van consequenties van en achter proces klachtbehandeling	H- Is ondernemend en toekomstgericht bezig tijdens klachtbehandeling

#### Competentie 4 Non-verbale communicatie

Bijvoorbeeld:

Zeer slecht Score 1	Slecht Score 3	Matig Score 5	Goed Score 7	Uitstekend Score 9
K- Heeft beperkte kennis van non-verbale communicatie	K- Heeft kennis van non-verbale communicatie	K- Kent de voornaamste elementen van non-verbale communicatie	K- Heeft overzicht van non-verbale communicatie	K- Weet alles van non-verbale communicatie
V- Kan zich niet goed non-verbaal overbrengen	V- Kan non-verbaal communiceren maar veroorzaakt ruis	V- Kan op diverse niveaus effectief non-verbaal communiceren	V- Kan op alle niveaus/elementen effectief non-verbaal communiceren	V- Kan non-verbale communicatie als toegevoegde waarde in het verkoopsgesprek
H- Is afwachtend	H- Toont non-verbale communicatie omdat het moet	H- Is helder en professioneel in non-verbale communicatie	H- Is professioneel en assertief in non-verbale communicatie	H- Is professioneel, assertief in non-verbale communicatie en gebruikt deze voor het verkoopsgesprek

#### Competentie 5 Presentatie/Demonstratie

Bijvoorbeeld:

Zeer slecht Score 1	Slecht Score 3	Matig Score 5	Goed Score 7	Uitstekend Score 9
K- Heeft beperkte kennis van een demonstratie	K- Heeft kennis van een demonstratie	K- Kent de voornaamste elementen van het geven van een demonstratie	K- Kent alle voordelen van een demonstratie	K- Weet alles van presenteren, demonstreert echt ten behoeve van een verkoop en gebruikt

V- Kan zich niet goed presenteren	V- Kan presenteren maar veroorzaakt ruis	V- Kan op diverse niveaus effectief presenteren	V- Kan op alle niveaus/elementen effectief presenteren	koopmotieven V- Kan presenteren als toegevoegde waarde in het verkoopsgesprek inzetten
H- Is afwachtend	H- Presenteert/demonstreert omdat het moet	H- Presenteert/demonstreert helder en professioneel	H- Presenteert/demonstreert professioneel en assertief	H- Presenteert/demonstreert professioneel, assertief en gebruikt deze voor het verkoopsgesprek

### Competentie 6 Algemene indruk

Bijvoorbeeld:

Zeer slecht Score 1	Slecht Score 3	Matig Score 5	Goed Score 7	Uitstekend Score 9
K- Heeft beperkte kennis van de competenties/rol van een verkoper	K- Kent de competenties/rol van een verkoper	K- Kent de voornaamste competenties/rol van een verkoper	K- Heeft overzicht van de competenties/rol van een verkoper	K- Weet alles van de competenties/rol van een verkoper
V- Kan functioneren als verkoper	V- Kan zich constructief opstellen	V- Kan een actieve rol spelen	V- Kan sturing geven en heeft overtuigingskracht	V- Kan planmatig invulling geven aan de rol van verkoper, stuurt en overtuigt
H- Is onzeker en handelt ongestructureerd	H- Neemt beslissingen	H- Neemt verantwoordelijkheid	H- Is creatief en communicatief	H- Is ondernemend en toekomstgericht

## 7 Literatuur NIMA A2 Sales


De kennis voor het Examen NIMA A2 Sales is in literatuur maar ook online beschikbaar. De onderstaande literatuur wordt door de Examencommissie als basis gebruikt voor het ontwikkelen van de examens maar is niet allesomvattend; de exameneisen (= leerdoelen) in dit document zijn altijd leidend.

Werf, Robin van der. *Basisboek Sales*  
Noordhoff Uitgevers, 2e druk 2018, ISBN 9789001886431

Seip, Jan Willem. *De kracht van zacht*  
Thema uitgeverij. ISBN 9789058710475

*Indien de inhoud van een exameneis niet in bovenstaande literatuur staat, raadpleeg dan meerdere bronnen op Internet en in de vakbladen.*

## Bijlage: European Qualification Framework

<b>European Qualification Framework (EQF)</b>					
EQF Niveau	Functie	Examens	Kennis	Vaardigheden	Verantwoordelijkheid
Niveau 3-4	Junior Practitioner	NIMA Basiskennis Marketing NIMA Basiskennis Online Marketing NIMA Basiskennis Communicatie NIMA Basiskennis Sales	Feitenkennis en basisbeginselen van de theorie.	Basisvaardigheden om tot oplossingen te komen.	Verantwoordelijkheid nemen om taken te voltooien.
Niveau 4 MBO	Marketing Practitioner Communication Practitioner Sales Practitioner	NIMA A Marketing NIMA A Communicatie NIMA A Sales	Algemeen praktische en theoretische kennis, relevant voor het werk of de studie.	Gespecialiseerde cognitieve en praktische vaardigheden om tot oplossingen voor problemen binnen het werk of de studie te komen.	Zelfstandig functioneren binnen werk of studie, ook als deze aan veranderingen onderhevig zijn. Toezicht op het werk van anderen houden en enige verantwoordelijkheid nemen om werk- en studieactiviteiten van anderen te evalueren en te bevorderen.
Niveau 5 HBO	Marketing Associate Junior Marketeer	NIMA/MDA B Marketingonderzoek en Informatiemanagement	Uitgebreide praktische en theoretische kennis van het gespecialiseerde werk- of studieveld.	Een uitgebreide reeks van gespecialiseerde cognitieve en praktische vaardigheden om creatieve oplossingen voor concrete en abstracte problemen te ontwikkelen.	Werk- en studieactiviteiten van anderen in onvoorspelbare situaties aansturen en onder toezicht houden. De eigen prestatie en die van anderen beoordelen en ontwikkelen.
Niveau 6 HBO SMP	Marketing Manager Communication Manager Sales Manager	NIMA B Business Marketing NIMA B Consumentenmarketing NIMA B Digital Marketing NIMA B Corporate Communicatie NIMA B Marketingcommunicatie NIMA B Non-profit/Overheidscommunicatie NIMA B Sales (Accountmanager of Verkoopleider)	Gevorderde praktische en theoretische kennis van het werk- of studieveld, en in staat tot kritisch begrip van theorieën en grondslagen.	Gevorderde vaardigheden, kennis en innovatie, die in een complex en gespecialiseerd werk- of studieveld nodig zijn om tot oplossingen voor onvoorziene problemen te komen.	Complexe, technische of professionele activiteiten of trajecten aansturen en verantwoordelijkheid voor besluitvorming nemen in onvoorspelbare werk- en studietoetsen. Werk- en studiegroepen leiden.
Niveau 7 WO	Marketing Director Strategisch Marketeer	NIMA C	Hooggespecialiseerde praktische en theoretische kennis van het werk- of studieveld, en in staat tot kritische oordeelvorming met betrekking tot het vakgebied en daaraan grenzende vakgebieden.	Gespecialiseerd onderzoek en probleemoplossende vaardigheden, zoals analyse en synthese, om nieuwe kennis en procedures te ontwikkelen en kennis uit verschillende vakken te integreren.	Leiderschap en innovatie in de werk- en studiegebieden te demonstreren, die complex en onvoorspelbaar zijn en die nieuwe strategische benadering vereisen. Verantwoordelijkheid nemen om persoonlijke ontwikkeling voort te brengen die kan bijdragen tot professionele kennis en vaardigheden om strategische teamprestaties te beoordelen.
Niveau 8 WO RW / EMP	CMO Marketing Director Strategisch Marketeer		Meest geavanceerde en gespecialiseerde praktische en theoretische kennis van het werk of de studie en daaraan gerelateerde vakgebieden.	Meest geavanceerd en probleemoplossend vermogen, waaronder synthese en evaluatie, ten behoeve van kritische probleemoplossing en om bestaande kennis te herdefiniëren.	Autoriteit, innovatie, autonomie, professionele integriteit en betrokkenheid ter bevordering van nieuwe ideeën of processen binnen het werk- of studieveld (inclusief onderzoek).

\*EQF = European Qualification Framework. Binnen het European Marketing Confederation (EMC) zijn alle examens op basis van het EQF internationaal erkend, waarbij een examen op EQF niveau is vastgesteld en onderling wordt erkend.